



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
SECCIÓN DE POSGRADO

**PRINCIPALES FACTORES QUE GENERAN LA
INTENCIONALIDAD PARA CREAR EMPRESAS EN LOS
ALUMNOS DE LA ESPECIALIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y
CONTABILIDAD DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
CESCA SEDE SAN JUAN DE MIRAFLORES 2018**

**PRESENTADA POR
ECBER SOLÍN CÁRCAMO OLIVARES
BETSABÉ LEONOR LEFONCIO CHUQUIYAURE**

**ASESOR
JOSÉ ENRIQUE LAOS LÓPEZ**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA)**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE POSTGRADO**

TESIS

**PRINCIPALES FACTORES QUE GENERAN LA INTENCIONALIDAD PARA
CREAR EMPRESAS EN LOS ALUMNOS DE LA ESPECIALIDAD DE
ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD DEL INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO CESCA SEDE SAN JUAN DE MIRAFLORES 2018**

**PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS (MBA)**

**PRESENTADA POR:
CÁRCAMO OLIVARES, ECBER SOLÍN
LEFONCIO CHUQUIYAURE, BETSABÉ LEONOR**

**ASESOR:
Dr. JOSÉ ENRIQUE LAOS LÓPEZ**

LIMA, PERÚ

2019

RECONOCIMIENTO

A las autoridades del instituto Superior Tecnológico CESCA y profesores de la Universidad San Martín de Porres, quienes participaron en el proceso de investigación, contribuyendo al cumplimiento de nuestros objetivos y generación de conocimiento.

ÍNDICE

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO	13
1.1 Antecedentes	13
1.1.1. Antecedentes Nacionales	13
1.1.2. Antecedentes Internacionales	16
1.2 Bases Teóricas	19
1.2.1. Primera variable	19
1.2.2. Segunda variable	19
1.2.3. Teoría de la Conducta Planificada	19
1.2.4. Modelo de Evento Emprendedor	23
1.2.5. Modelo del potencial emprendedor	25
1.3 Definición de Términos básicos	26
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	28
2.1 Formulación de hipótesis	28
2.1.1 Hipótesis General	28
2.1.2. Hipótesis Específicas	28
2.2 Variables y definición operacional	28
2.2.1. Variable Independiente: Principales factores	28
2.2.2. Variable Dependiente: La intencionalidad	29
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.1 Diseño metodológico	30
3.2 Diseño muestral	30
3.3 Técnicas de recolección de datos	31
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	32
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	34
4.1 Resultados de la Encuesta	34
4.2 Interpretación de la Técnica Cualitativa: Entrevista	45
4.3 Comprobación estadística	52
4.3.1. Datos demográficos	52
4.3.2. Evaluación del modelamiento con PLS-SEM	53

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	62
5.1 Resultado de la Investigación	62
5.1.1. Sobre la Hipótesis general	62
5.1.2. Sobre las Hipótesis derivadas o específicas	63
5.1.3. Comentario final	65
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	70
Fuentes de información	71
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1 Sexo	52
Tabla 2 Edad	53
Tabla 3 Cargas, Alfa Cronbach y Confiabilidad compuesta – Caso 1	54
Tabla 4 Correlación de las variables latentes vs varianza media extraída (AVE)-Caso 1	55
Tabla 5 Cargas, Alfa Cronbach y Confiabilidad compuesta – Caso 2	56
Tabla 6 Correlación de las variables latentes vs varianza media extraída (AVE)-Caso 2	57
Tabla 7 Modelo estructural - Coeficientes de trayectoria estandarizados	59
Tabla 8 Modelo estructural - Coeficientes de trayectoria estandarizados	60
Tabla 9 Prueba t de las muestras de los alumnos de administración y Contabilidad.	63
Tabla 10 Prueba de hipótesis específicas	64

Índice de figuras

Figura 1 Estructura de la Teoría de la Conducta Planificada	21
Figura 2 Estructura Modelo de evento emprendedor	23
Figura 3 Creación de empresas en el modelo del Evento Emprendedor	24
Figura 4 Modelo del potencial emprendedor	25
Figura 5 Estimación del modelo de Intención Emprendedora	57
Figura 6 Estimación del modelo de Intención Emprendedora	60

Índice de gráficos

Gráfico 1. Intención de crear empresas	34
Gráfico 2. Probabilidad de fundar una empresa en el futuro previsible	35
Gráfico 3. Búsqueda de información sobre formas y medios de crear una empresa	36
Gráfico 4. Preferencia por tener empresa propia con mejores ingresos	37
Gráfico 5. Preferencia por tener empresa en lugar de seguir	38

otra carrera prometedor	
Gráfico 6. Disposición a sacrificios significativos para crear empresa	39
Gráfico 7. Trabajar en otro lugar el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer su propio negocio	40
Gráfico 8. Opinión importante de los colegas para inducir a participar en crear una empresa	41
Gráfico 9. Opinión de los superiores sobre la participación en la creación de una empresa.	42
Gráfico 10. Satisfacer de exigencias al participar en la creación de empresas	43
Gráfico 11. Facilidad de participar en la creación de una empresa	43
Gráfico 12. Éxito en la creación de una empresa.	44

RESUMEN

La teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, se ha utilizado en muchos estudios para explicar la intención emprendedora de estudiantes de diferentes universidades en diferentes países; asimismo, en esa línea de investigación, el presente estudio se realizó con alumnos del IV al VI ciclo de las especialidades de administración y contabilidad del Instituto Tecnológico Superior “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores, Lima, año 2018.

Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado de doce (12) preguntas divididas en cuatro secciones de acuerdo a las variables y dimensiones, y de los resultados obtenidos, se determinó que la intención emprendedora se encuentra explicada en gran medida por las variables de actitud hacia el comportamiento y control conductual percibido; asimismo, la variable normas subjetivas no presenta influencia significativa a la intención emprendedora.

Para la evaluación y contraste de hipótesis se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), a través de modelamiento con cuadrados mínimos parciales (PLS); dicho modelamiento se realizó con el software denominado Smart PLS, con el que se evaluó las relaciones entre las variables del constructo empleado.

Del mismo modo, se evidenció que en el instituto tecnológico Superior “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores, Lima, año 2018, los alumnos de la especialidad de administración presentan una mayor intención de crear empresas que los alumnos de contabilidad.

Palabras clave: Teoría del comportamiento planificado, actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva, control conductual percibido, intención emprendedora.

ABSTRACT

The theory of Ajzen's Planned Behavior has been used in many studies to explain the entrepreneurial intention of students from different universities in different countries; also, in this line of research, this study was conducted with students from IV to VI cycle of business management and accounting specialties at Higher Technological Institute "CESCA" - Headquarters of San Juan of Miraflores, Lima, year 2018.

As a data collection instrument we used a structured questionnaire of twelve (12) questions divided into four sections according to the variables and dimensions, and, from the results obtained, it was determined that the entrepreneurial intention is explained to a large extent by the variables of Attitude towards Behavior and Perceived Behavior Control; likewise, the variable Subjective Norms, doesn't present significant influence to the entrepreneurial intention.

For the evaluation and contrast of hypotheses was used the structural equation model (SEM), through modeling with minimum partial squares (PLS); This modeling was carried out with the software called Smart PLS, with which the relationships between the variables of the construct used were evaluated.

In the same way, it was evidenced that in the Higher Technological Institute "CESCA" - Headquarters of San Juan de Miraflores, Lima, 2018, the students of the administration specialty present a greater intention to create companies than the accounting students.

Keywords: Theory of planned behavior, attitude towards behavior, subjective norms, perceived behavioral control, entrepreneurial intention.

INTRODUCCIÓN

Actualmente nos encontramos en un mundo altamente competitivo, donde encontrar un puesto laboral estable se ha convertido en uno de los problemas frecuentes por los que atraviesan las personas de nuestra sociedad. Situación que afecta a los jóvenes que recién egresan de las casas de estudios superiores (universidades e institutos), quienes no cuentan con la amplia experiencia que exige el mercado laboral, por lo cual, las probabilidades de encontrar un puesto laboral estable de manera inmediata son casi nulas.

Ante esta situación, una solución por la que pueden optar las personas desempleadas es generar su propia fuente de trabajo, creando una micro, pequeña o mediana empresa; esta actividad de creación de empresas se convierte en un factor importante que impulsa el desarrollo económico de nuestro país, empleo, innovación y producción de servicios y bienes con el fin de satisfacer la demanda interna, contribuyendo así a la dinamización de la economía.

Es así que una característica del emprendedor peruano es que este se forja producto de la necesidad, buscó y aprovechó la oportunidad que encontró para hacer empresa, comenzando desde cero (Gestión, 2015), cabe mencionar, que al 30 de junio de 2013, en el Perú había 1 713 272,00 unidades empresariales, siendo el 99.6% micro, pequeñas y medianas empresas (Emprende, 2013); del mismo modo, según Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2016), respecto al emprendimiento en Latinoamérica, Perú ocupa el cuarto lugar, con un 25.1% de Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), tasa que se encuentra por encima de la TEA de Latinoamérica (18.8%) (ESAN, 2017)

En ese sentido, como iniciativa para promover la creación y formalización de empresas medianas y pequeñas, se aprobó y publicó el Decreto Legislativo N° 1332, “Decreto Legislativo que Optimiza los Procesos de Asesoría y Asistencia Técnica en el Inicio de un Negocio”, el cual, de acuerdo al artículo 1° tiene por objeto: *“(...) optimizar los procesos de asesoría y asistencia técnica en la constitución de una empresa a través de los Centros de Desarrollo Empresarial – CDE calificados y autorizados por el Ministerio de la Producción, a*

fin de promover la formalización empresarial". A través de esta iniciativa se pretende eliminar los trámites burocráticos engorrosos y altos costos que implicaba fomentar la creación y formalización de empresas en nuestro país.

Asimismo, dentro del desarrollo del ámbito empresarial en el país, los institutos de formación profesional superior al igual que las universidades, cuentan con las carreras profesionales de Administración de Empresas y Contabilidad, que son dos carreras que se encuentran directamente relacionadas con el ámbito empresarial y por lo cual se prevé o espera que los egresados de estas carreras, tengan una mayor iniciativa para crear una empresa ya sea mediana o pequeña; sin embargo, a pesar que estas dos carreras pertenecen al ámbito empresarial los egresados de las dos especialidades tienen una formación para cumplir un rol diferente.

En nuestro país, existe un índice muy elevado de mortandad de empresas, tal es así que para el año 2000, de acuerdo a las estimaciones de Pérez (2009), respecto a las empresas pequeñas formales, cuyos fundadores presentaban las características de ser jóvenes entre los 18 a 30 años de edad, se estimó las siguientes tasas de vida y mortandad de empresas: 21% porque la empresa no era rentable, 13% por baja demanda, 13% por una escasez en el capital o de financiamiento, 10% porque no pudieron sobrevivir a una competencia abrumadora, así como, 43% relacionado a problemas de estafa, falta de tiempo o porque el empresario priorizó otras actividades.

Asimismo, durante el período comprendido durante los años 2008 al 2013, también se tuvo un elevado índice de mortalidad de empresas, el cual se encontró relacionado a la falta en el desarrollo de competencias empresariales juveniles, toda vez que, muchas veces iniciativas empresariales se ejecutan de manera intuitiva e improvisada. Como iniciativa por parte del gobierno para apoyar al empresario peruano, se están asignando recursos para el apoyo e impulso de proyectos empresariales, tal es así que, en el mes de diciembre de 2014, se lanzó el programa START 20 UP PERÚ, el cual contaba con un fondo de S/ 50 000 000,00, para financiar proyectos empresariales.

Teniendo en cuenta lo antes expuesto es que nace la pregunta de investigación que consiste en conocer ¿Cuáles son los principales factores que generan la intencionalidad para crear empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA?; de aquí se desprende el objetivo general que plantea: Identificar los principales factores que generan la intencionalidad para crear empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA.

Asimismo, se plantearon tres objetivos específicos, primero, establecer la relación que existe entre la actitud hacia el comportamiento con la intención de los alumnos para crear empresa, segundo, determinar la relación que existe entre las normas subjetivas con la intención de los alumnos para crear empresa y tercero, reconocer la relación del control conductual percibido con la intención de los alumnos para crear empresa.

El presente trabajo de investigación pretende estudiar la intención que tienen los alumnos de la especialidad de administración de empresas y contabilidad del Instituto Superior Tecnológico “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores – Lima, para crear empresas; este trabajo es importante porque permite describir cómo se relacionan los componentes de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991): Actitud hacia el Comportamiento, Normas Subjetivas y Control Conductual Percibido, con la Intención para crear empresas.

Del mismo modo, es relevante, ya que mide cuál es la intención de los alumnos del instituto antes mencionado para crear empresa, haciendo una comparación entre las dos especialidades mencionadas en el párrafo precedente, los resultados permitirán determinar cuál de las dos especialidades tiene una mayor inclinación para ser un profesional independiente y crear su propia fuente de empleo.

Como se mencionó en el primer párrafo del numeral presente, los resultados del presente trabajo permitirán conocer cómo se relacionan los componentes de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, con la intención de creación de empresas, brindando información al Instituto Superior Tecnológico, para que en la planificación de sus métodos de enseñanza, evalúen la implementación de

metodologías y adopción de mecanismos que permitan incrementar la intención de creación de empresas de sus alumnos.

El presente trabajo de investigación se realizó con la participación de los alumnos del IV y VI ciclo de estudio de la especialidad de administración de empresas y contabilidad del Instituto Superior Tecnológico “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores - Lima. Asimismo, se indica que los investigadores contaron con los recursos humanos, financieros, materiales, tiempo, acceso de información y conocimiento para ejecutar el presente trabajo de investigación, así como las facilidades por parte del Instituto Superior Tecnológico “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores – Lima, para poder realizar el trabajo de recolección de datos para la comprobación de las hipótesis que se plantearon en el trabajo de investigación; en consecuencia la ejecución del presente trabajo de investigación es viable.

El presente trabajo de investigación pretende generar nuevos antecedentes, evidencias y conocimiento en el campo de la explicación del proceso de intención para la creación de empresas bajo el enfoque de la Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991); sin embargo, la generalización de los resultados del presente trabajo de investigación a las diferentes realidades o escenarios pueden presentar limitaciones, problemática que es común en las investigaciones académicas.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

1.1.1. Antecedentes Nacionales

Vargas (2007), realizó la investigación denominada “influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco”, la muestra se conformó de alumnos de la carrera de Administración de Empresas, Contabilidad, Economía y Turismo; asimismo, concluyó que al utilizar el análisis de modelo de ecuaciones estructurales genera un aporte significativa a la literatura empírica relacionada al estudio de la influencia de los factores motivacionales, psicológicos y cognitivos como autoeficacia sobre la intención emprendedora en estudiantes de carreras relacionadas a ciencias empresariales.

Asimismo, se determinó que “la Teoría de Comportamiento Planificado es la más apropiada para estudiar la influencia que tiene la actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y el control conductual percibido; asimismo, se evidenció una correlación positiva y significativa entre la actitud y la autoeficacia emprendedora, así como en las motivaciones para crear empresa, conocimientos empresariales, preparación empresarial, obstáculos para crear empresas, motivación al logro, y autoeficacia emprendedora con la intención emprendedora. Del mismo modo, se determinó una correlación positiva y significativa entre las motivaciones para crear empresa, motivación al logro y conocimientos empresariales con la autoeficacia emprendedora”.

Chambi (2017), realizó un “estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV)

de Puno”; estudio de nivel relacional-comparativo, cuyo objetivo fue determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de las universidades mencionadas, así como, comparar el nivel de intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA y UANCV. El trabajo de investigación se realizó en el marco de la Teoría de Comportamiento Planificado de Ajzen.

Asimismo, de la revisión a los resultados obtenidos en dicho estudio se concluyó que en relación a la intención emprendedora, la actitud personal presenta una influencia alta positiva sobre esta, la norma subjetiva y el control conductual percibido presentan una correlación baja positiva; del mismo modo, se confirmó la validez del modelo teórico de Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) para explicar la intención, y que la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA (M=6.14) es mayor que de los alumnos de la UANVC (M=4.70).

Vásquez (2017), realizó un estudio denominado “factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral, cuyo objetivo fue identificar factores motivacionales, así como los factores ambientales que inciden en la intención de emprendimiento, estudio que se realizó en el marco de la Teoría del Comportamiento Planificado y el Modelo de Intención de Emprendimiento, agregándose las dimensiones de Educación Emprendedora e Instituciones y Normas Legales; asimismo, la muestra de estudio estuvo conformado por estudiantes que se encontraban cursando el último año de estudios de todas las carreras profesionales de la Universidad San Ignacio de Loyola, la Universidad Tecnológica del Perú y la Universidad de Ciencias Aplicadas”.

En los resultados de la investigación se encontró que los factores motivacionales: actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y control conductual percibido de la conducta, así como los factores ambientales:

Valoración cercana, Educación Emprendedora y las Instituciones y Normas Legales inciden en la intención de emprendimiento.

Asimismo, se determinó que la Educación Emprendedora tiene una incidencia positiva sobre la Norma Subjetiva y el Control Conductual Percibido de la Conducta, así como que, las Instituciones y Normas Legales ejercen una incidencia negativa sobre la Norma Subjetiva y una incidencia positiva sobre el Control Percibido. Por otro lado, se confirmó que los factores motivacionales que se contemplan en la Teoría del Comportamiento Planificado tienen una relación con la intención, así como que los factores ambientales como la valoración cercana y la Valoración Social inciden en la Teoría del Comportamiento Planificado.

Jácome (2018), en el estudio denominado “efecto mediador de la controlabilidad percibida en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios”, pretendió determinar si existía “influencia de los factores propuestos en la teoría de comportamiento planificado y la teoría mixta de control en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios”; asimismo, la muestra de estudio fue conformada por universitarios de pregrado de todas las universidades participantes en la medición comparativa del proyecto GUESSS, séptima edición, ejecutado por primera vez en Ecuador, en el año 2016.

Entre las universidades que conformaron la muestra de estudio podemos mencionar a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de Guayaquil, Universidad Tecnológica Ecotec y la Universidad Estatal Amazónica; del mismo modo, se determinó una relación directa y positiva entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora, la norma subjetiva no incide directamente sobre la intención emprendedora, asimismo, en el estudio se evidenció que la relación entre control conductual percibido y la intención emprendedora es significativa, no obstante, al realizarse la prueba de Bootstrapping con el fin de comprobar si la variable control conductual percibido ejerce un rol de mediación, se determinó que el efecto directo de la relación entre la autoeficacia

emprendedora sobre la intención emprendedora reportó no ser significativa, lo cual demuestra que la variable control conductual percibido ejerce un rol de mediación total en la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora, resultado que conlleva a descartar la relación directa entre control conductual percibido y la intención emprendedora.

Se determinó que la autoeficacia emprendedora no influye directamente sobre la intención emprendedora, corroborándose que el control conductual percibido ejerce un efecto indirecto sobre las intenciones emprendedoras corroborándose así que cumple un rol de mediación en el modelo que explica las intenciones emprendedoras.

Del mismo modo, se evidenció correlaciones positivas entre la actitud emprendedora y la norma subjetiva, la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora, así como la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora

1.1.2. Antecedentes Internacionales

Van et al. (2008), realizaron la investigación para conocer las intenciones empresariales de estudiantes de administración de empresas, utilizando la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), en la cual, se plantea que las intenciones son el resultado de la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido, además, la variable actitud fue analizada a través de variables de segundo orden como la autonomía, riqueza, reto, necesidad de seguridad financiera y evitar la carga de trabajo; la variable control conductual percibido fue analizada a través de las siguientes variables de segundo orden: perseverancia, alerta empresarial, autoeficacia empresarial y creatividad.

La muestra de estudio de dicho trabajo de investigación estuvo conformada por 1225 estudiantes de administración de empresas de cuatro universidades diferentes, se utilizó cinco operaciones de intenciones y una

medida compuesta. Antes del estudio principal, se realizó una investigación cualitativa en otras dos universidades, con una muestra conformada por 373 estudiantes, con la finalidad de relacionar los componentes de la TPB, los resultados mostraron que las dos variables más importantes para explicar las intenciones empresariales son el estado de alerta empresarial y la importancia atribuida a la seguridad financiera. Si se quiere estimular el emprendimiento en entornos educativos o de capacitación, los resultados de la presente investigación proporcionan orientación para ello, ya que se ofrecen varias sugerencias sobre cómo mejorar el estado de alerta empresarial y reducir los problemas de seguridad financiera.

Yang (2013), realizó la investigación donde evaluó la validez de la TBP, encontrando que este podía ser usado para pronosticar la intención empresarial; asimismo, la muestra de estudio estuvo conformado por 1,330 estudiantes chinos. Los resultados mostraron que la actitud hacia el comportamiento representa el indicador con mayor influencia en la intención empresarial, seguido por las normas subjetivas y control conductual percibido; del mismo modo, el género y la experiencia empresarial de los padres tuvieron un impacto significativo en la actitud emprendedora, en las normas subjetivas, en el control percibido del comportamiento y en la intención empresarial, además una educación empresarial eficaz podría mejorar significativamente el control del comportamiento percibido y la intención empresarial.

Obschonka, Silbereisen, Cantner & Goethner (2015), en la investigación que realizaron tuvieron como propósito combinar la autoidentidad emprendedora y la TPB en el emprendimiento, modelaron los efectos de la variable autoidentidad emprendedora en la estructura de la TPB; asimismo se investigó los indicadores de esta variable. En el párrafo precedente se analizaron dos muestras conformadas por científicos alemanes con respecto a dos tareas centrales a lo largo del proceso de creación de empresas: desarrollo de ideas de negocio y fundación de negocios. Los resultados mostraron que la autoidentidad emprendedora, opera como factor de motivación en las transiciones empresariales que interactúan con

las variables de la TPB; asimismo, se puede concluir que uno no puede lograr un entendimiento completo de la iniciativa empresarial si ignora el papel de la autoidentidad emprendedora, además los resultados mostraron que para desarrollar la iniciativa de emprender, existe la necesidad de acumular conocimiento sobre una autoidentidad emprendedora y su desarrollo sobre la carrera profesional, asimismo, ilustra la relevancia de la personalidad y el desarrollo de historia que remonta a los primeros años formativos, así como de los procesos de socialización asociados con las actividades durante la vida laboral.

Aloulou (2016), investiga la significancia de los antecedentes (actitudes, normas subjetivas y el Control percibido del Comportamiento) de la TBP, con la finalidad de determinar la intención empresarial de 177 alumnos a través del análisis de correlaciones, regresión lineal y modelos jerárquicos; los resultados de dicha investigación mostraron que los antecedentes de la TBP explican significativamente el 33.4% de la varianza en las intenciones empresariales de los estudiantes que participaron en dicha investigación, lo resultados muestran que la norma subjetiva asociado con la intención empresarial, tenía un mayor coeficiente de regresión que los de los otros dos antecedentes (actitudes y control percibido del comportamiento), por lo cual, la norma subjetiva tiene una influencia más significativa en las actitudes y menos significativa en el control percibido del comportamiento, además se evidenció que algunas características demográficas tienen una influencia indirecta sobre las intenciones empresariales a través de las normas subjetivas y el control percibido del comportamiento, los resultados sugieren, por lo tanto, que la TBP es una valiosa herramienta para predecir las intenciones empresariales.

Basándonos en las investigaciones antes mencionadas que buscaron explicar la intención emprendedora, asimismo, teniendo en cuenta que estas se realizaron bajo el ámbito de aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) se procedió a revisar las principales teorías y modelos que explican dicha intención, con el fin de brindar un criterio informado del tema a investigar.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Primera variable

Como primera variable se ha considerado los principales factores que generan la intencionalidad, entre los cuales, para el presente trabajo de investigación se ha identificado las siguientes:

1.2.1.1. Actitud hacia el comportamiento: Referida al nivel favorable o desfavorable que tiene una persona respecto a la evaluación del comportamiento en cuestión (Ajzen, 1991).

1.2.1.2. Norma subjetiva: Percepción respecto a la presión social que se recibe para ejecutar o no un determinado comportamiento (Ajzen, 1991).

1.2.1.3. Control conductual percibido: Referido a la percepción de facilidad o dificultad para adoptar un comportamiento reflejado por la experiencia pasada, así como por los impedimentos previstos (Ajzen, 1991).

1.2.2 Segunda variable

1.2.2.1. Intención: Captura los factores motivacionales que inciden en el comportamiento, cuanto se está planeando un esfuerzo para realizar un comportamiento (Ajzen, 1991).

1.2.3 Teoría de la Conducta Planificada

La Teoría de la Conducta Planificada fue desarrollada por Ajzen (1991), conocida también como Teoría de la Acción Planificada, dicha teoría se desarrolló tomando como base la Teoría de la Acción Razonada propuesta por el mismo Ajzen y Fishbein (Méndez, 2007), la Teoría de la Conducta Planificada se desarrolló con el fin de superar las limitaciones que presentaba la Teoría de la Acción Razonada para tratar con

comportamientos en los cuales las personas tienen bajo control volitivo (Ajzen, 1991).

En la Teoría de la Acción Razonada Ajzen y Fishbein sustentaron que la conducta de la persona está determinada por la intención que este tiene, asimismo, que esta intención está influenciado por dos elementos denominados: actitud hacia la conducta y norma subjetiva; sin embargo, posteriormente a este modelo propuesto, Ajzen agrega un nuevo elemento que influiría en la intención, este nuevo elemento es el control percibido del comportamiento, Ajzen plantea en este nuevo modelo que el pronóstico de la conducta a partir del parámetro de actitud mejora si las personas creen que respecto a la conducta tienen control (Hogg & Vaughan, 2010)

Por lo tanto, en el marco de la Teoría de la Conducta Planificada se postula que las personas son racionales, por lo cual, hacen uso sistemático de la información con la que disponen para tomar decisiones, en ese sentido, dicha teoría sugiere que:

- El comportamiento de las personas está definido por la intención que estas tienen para realizar dicho comportamiento, por lo tanto, resulta ser su principal predictor.
- La Intención conductual es una función de las normas subjetivas, actitud hacia el comportamiento y el control conductual percibido.
- Todas las otras variables afectan la intención conductual indirectamente a través de la actitud, normas subjetivas y el control conductual percibido. (Yang, 2013)

La conducta humana puede ser explicada directamente por la intención que es un factor motivacional, la misma que va hacer determinada por tres factores:

- a. **La actitud hacia la comportamiento:** La actitud es una evaluación subjetiva de las consecuencias del comportamiento y su influencia en las personas, lo que determina si a la gente le gusta o no algún

comportamiento en particular (Ajzen & Fishbein, 1980); asimismo, este es un factor psicológico de índole personal, el cual se encuentra influenciada por las **creencias conductuales**, que es la creencia respecto al resultado de la conducta, así como por la **evaluación subjetiva**, que es la evaluación que el sujeto realiza de las consecuencias de realizar la conducta. (Méndez, 2007)

- b. **Norma subjetiva:** Referida a la percepción que tienen las personas en relación a lo que la gente que son importantes para ellos, piensan sobre cierto comportamiento, si lo deberían o no realizar (Ajzen & Fishbein, 1980), además, este es un factor psicológico de índole social, el cual está determinada por las **creencias normativas relativas a otros referentes** o percepción del sujeto sobre la opinión que tiene su grupo de referencia acerca de que realice la conducta, así como por la **motivación que tiene el sujeto** para acomodarse a los otros referentes o para cumplir con lo que percibe que piensa su grupo de referencia. (Méndez, 2007)

- c. **Control conductual percibido:** Comprensión subjetiva del nivel del autocontrol de las personas y la dificultad de involucrarse en el comportamiento objetivo (Ajzen, 1991). El control conductual percibido es conocido también como Locus de Control, este factor está determinado por las creencias de control sobre las cuales el individuo determina si tiene o no las capacidades, cualidades o recursos adecuados para ejecutar una conducta, así como si existen las oportunidades correctas (Méndez, 2007).

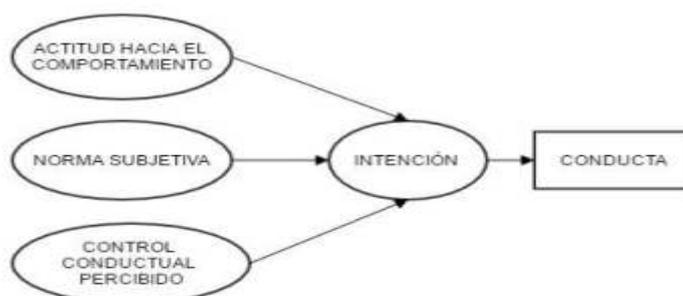


Figura 1. Estructura de la Teoría de la Conducta Planificada
Fuente: Ajzen (1991)

En la figura 1, tal como se muestra, la Teoría de la Conducta Planificada es utilizada para estimar la relación que hay entre las variables que componen el modelo: norma subjetiva, actitud hacia el comportamiento y control conductual percibido, con la intención; asimismo, esta última explica la conducta humana.

Existen varias teorías que explican el comportamiento; sin embargo, el modelo de la Conducta Planificada propuesta por Ajzen (1991) es considerado como adecuado y pertinente para cumplir con los objetivos del presente trabajo de investigación, además, como se puede observar en los antecedentes de estudio citados en el presente trabajo de investigación, la Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991) ha sido utilizada en diversas investigaciones, encontrándose una relación existente (cada una con una diferente intensidad) entre las variables del modelo: norma subjetiva, actitud hacia el comportamiento y control conductual percibido, con la intención.

Del mismo modo, Ajzen es uno de los principales representantes de las investigaciones del comportamiento explicado a través de la intención, toda vez, que en un principio formuló la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen & Fishbein, 1980), en el cual planteó que la intención esta explicada por las variables norma subjetiva y actitud hacia el comportamiento, mejorando posteriormente esta teoría, denominándola Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991), en esta teoría agrega una variable nueva en el modelo, denominada control conductual percibido, la cual es incluida como variable que influye en la intención de las personas.

Por lo antes expuesto, los investigadores consideraron pertinente desarrollar el presente trabajo de investigación bajo el enfoque de la Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991), ya que esta teoría se ha considerado como suficiente y apropiada para el logro de los objetivos que se plantearon en la presente investigación.

1.2.4 Modelo de Evento Emprendedor

Dentro de la línea de estudio de la intención emprendedora, Shapero & Sokol (1982) propusieron el modelo del Evento Emprendedor, introduciendo el término de “desplazamiento” como un cambio que se produce en el comportamiento de los individuos para emprender.

El cambio que se produce puede llevar a las personas a desplazamientos positivos o negativos, este modelo afirmó que probablemente los individuos que se atraviesan situaciones difíciles o negativas tengan mayor probabilidad de emprender que una persona que se encuentra en una situación positiva, asimismo, una situación positiva puede conllevar a emprender si brinda las condiciones necesarias que facilitan realizar dicha acción.

El modelo del evento emprendedor argumentó que la intención de las personas para trabajar por su propia cuenta o crear una empresa, va a depender de factores como: viabilidad percibida, deseabilidad percibida y propensión a actuar, esto con relación a las oportunidades que este perciba que puede aprovechar.

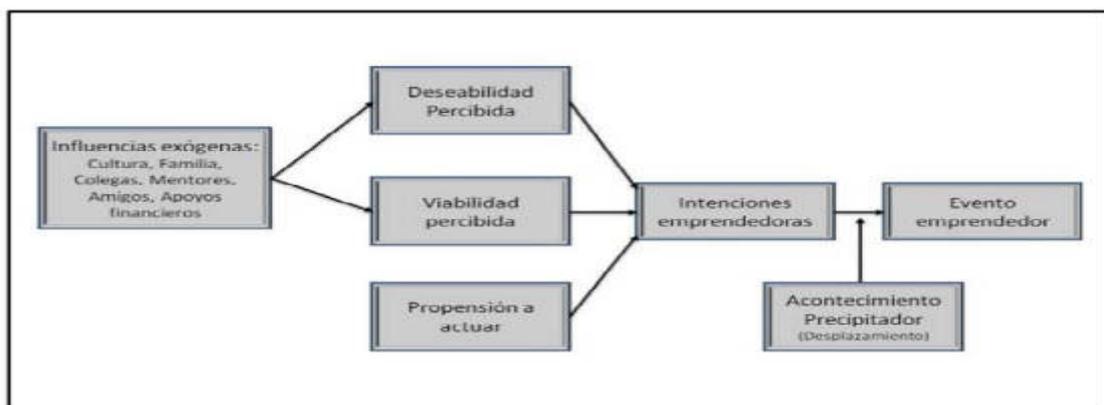


Figura 2. Estructura Modelo de evento emprendedor

Fuente: Shapero y Sokol (1982)

Tal como se muestra precedentemente en la figura 2, en el modelo propuesto (Shapero & Sokol, 1982), la intención emprendedora está

influenciada por la “deseabilidad percibida”, “viabilidad percibida” y “propensión a actuar”; asimismo, las dos primeras variables al ser de naturaleza de percepción del individuo se encuentran relacionadas con variables exógenas, las cuales, según las condiciones que presenten determinaran su relación con la intención emprendedora. El evento emprendedor se consumará cuando, al presentarse un acontecimiento precipitado (desplazamiento) conlleva a que la intención emprendedora que tenga el individuo se materialice.

Shapero & Sokol (1982), plantearon tres fases sobre la creación de empresas:

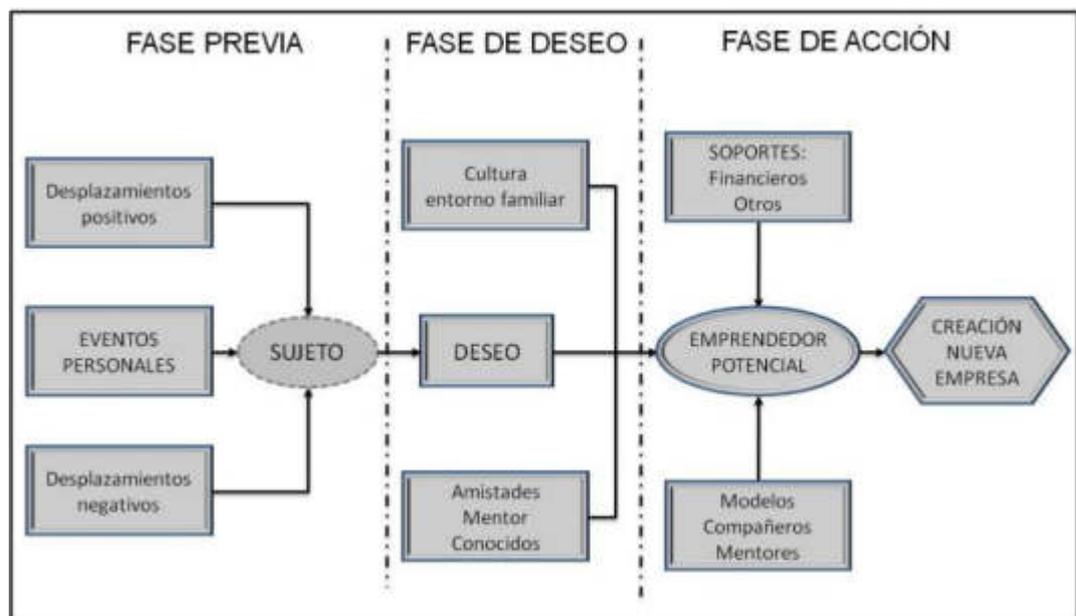


Figura 3. Creación de empresas en el modelo del Evento emprendedor

Fuente: Shapero y Sokol (1982)

Tal como se muestra en la figura 3, en el modelo propuesto por Shapero & Sokol (1982), la fase previa está compuesta por los acontecimientos negativos o positivos que influirán en la decisión de emprender; la fase de deseo manifiesta la formación empresarial de las personas (ya sea del entorno familiar, amistades, entre otros); mientras que la fase de acción (influenciado por varias condiciones) permite a la persona la toma de decisión de emprender o no emprender.

1.2.5 Modelo del potencial emprendedor

Krueger & Brazeal (1994) basándose en los trabajos de investigación realizados por Shapero & Sokol (1982) y Ajzen (1991) propusieron el modelo del Potencial Emprendedor, en el cual argumentaron que la intención emprendedora tiene su origen en el “deseo” y “viabilidad”; asimismo, el hablar de la deseabilidad percibida de crear una empresa es igual a hablar de la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva, así como que la percepción de viabilidad de crear empresa es equivalente a hablar de la variable de control percibido del comportamiento, variables de la Teoría del Comportamiento Planificado.

Sin embargo, en el modelo del Potencial Emprendedor, Krueger & Brazeal (1994) consideraron que estas variables no son las únicas que influyen en la intención de crear empresas, por lo cual en su modelo propuesto agregaron la variable credibilidad, como aquella variable que necesita que el comportamiento sea deseable y percibido como viable, esta variable genera un factor motivacional para incrementar nuestra intención de creación de empresas.

Krueger & Brazeal (1994), sustentaron que, cuando una persona es potencialmente emprendedora, iniciará la creación de empresa inmediatamente después de presentarse o identificar una oportunidad que puede aprovechar, a esto le denominaron “Desplazamiento”.

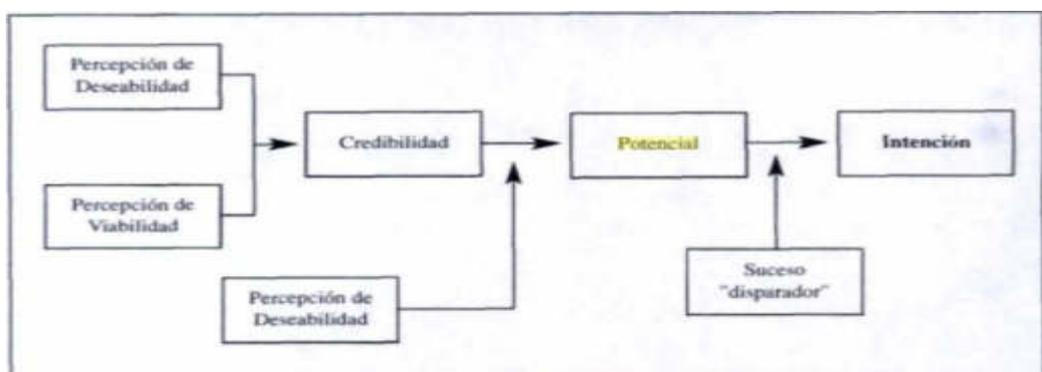


Figura 4. Modelo del potencial emprendedor

Fuente: Krueger y Brazeal (1994)

Tal como se muestra en la figura 4, la intención inicia con la percepción de Deseabilidad y Viabilidad, el cual produce la credibilidad de la persona para la creación de empresas formando a un emprendedor potencial, la intención emprendedora se materializa, luego de identificar una oportunidad (suceso disparador), dicho proceso se denomina el desplazamiento.

1.3 Definición de Términos básicos

- **Acción:** Consiste en ejercer la posibilidad de hacer, así como, el producto de hacer (Real Academia Española).
- **Crear:** Fundar o introducir algo por primera vez (Real Academia Española).
- **Emprendimiento:** Definida como de emprender, asimismo, está referida a una característica de un emprendedor; del mismo modo, emprender es definido como una acción de comenzar algo (Real Academia Española).
- **Emprendedor:** Cualidad que se dice de una persona que realiza o ejecuta acciones o crea empresas (Real Academia Española).
- **Empresa:** Organización que ejecuta actividades industriales para la producción de bienes o prestación de servicios con el fin de obtener un beneficio lucrativo (Real Academia Española).
- **Evento:** Se dice de un suceso relevante y programado, de índole académica, social, deportiva o artística (Real Academia Española).
- **Globalización:** Referida al proceso a través del cual las economías y mercados, gracias a la evolución de la tecnología de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, en ese sentido, están cada vez más interrelacionadas con los mercados externos y existe menos intervención reguladora del Gobierno (Real Academia Española).

- **Plan:** Intención, proyecto y/o modelo sistemático que representa a una actuación privada o pública, cuya elaboración se realiza anticipadamente para dirigirla y canalizarla al logro de un objetivo (Real Academia Española).
- **Potencial:** Se dice de una cosa o persona que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas (Real Academia Española).

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal

2.1.1. Hipótesis General

Los principales factores en la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en las especialidades de administración y contabilidad son la Actitud hacia el comportamiento, la Normas Subjetivas, el Control Conductual percibido y la Intencionalidad.

2.1.2. Hipótesis Específicas

2.1.2.1. La actitud hacia el comportamiento está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa.

2.1.2.2. Las normas subjetivas están positivamente relacionadas con la intención de los alumnos para crear empresa.

2.1.2.3. El control conductual percibido está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1. Variable Independiente: Principales factores

2.2.1.1. Dimensiones

a) **Actitud hacia el comportamiento.** Esta variable se midió utilizando el cuestionario de 4 ítems utilizado por Yang, citado en Gundry & Welsch (2001).

Indicadores:

- Nivel de preferencia
- Grado de intención

- Índice de esfuerzo

b) Norma subjetiva: Esta variable fue evaluada con la adaptación de dos ítems del cuestionario que fue utilizado en la investigación de Obschonka et al. (2015) para medir dicha variable.

Indicadores:

- Nivel de incentivos
- Grado de influencia

c) Control conductual percibido: Esta variable fue evaluado con la adaptación de tres ítems que fueron utilizados en la investigación de Obschonka et al. (2015) para medir dicha variable.

Indicadores:

- Grado de exigencia
- Facilidad para la creación
- Grado de seguridad

2.2.2. Variable Dependiente: La intencionalidad (la intención de crear empresas de los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad)

Captura los factores motivacionales que influyen en el comportamiento, cuanto se está planeando un esfuerzo para realizar un comportamiento (Ajzen, 1991).

Indicadores:

- Grado de probabilidad
- Nivel de dificultad
- Grado de conocimiento

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

Para el presente trabajo de investigación se ha adoptado el enfoque cuantitativo, para abordar a los resultados según lo planteado en las hipótesis del estudio; se utilizó un tipo de investigación aplicada, ya que los resultados serán utilizados en la solución de problemas empresariales; tiene un alcance descriptivo correlacional, ya que mediante este modelo se describe una realidad ya existente para abordar la problemática presentada y plantear soluciones pertinentes, a la vez, que evalúa la relación que existe entre variables de estudio, intentando explicar el comportamiento de una variable en función de otras; asimismo, se ha realizado bajo el diseño de investigación no experimental puesto que no se ha efectuado la manipulación intencional de las variables de estudio, siendo que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizados; asimismo, se puede inferir que es transversal, toda vez que se recolectan datos en un momento y tiempo determinado (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Es preciso indicar que, el diseño metodológico del presente trabajo de investigación condice con el esquema del informe de investigación autorizado y proporcionado por la oficina de grados y títulos de la facultad de administración de la Universidad San Martín de Porres, el cual, toma como base el texto de investigación de Hernández Sampieri.

3.2 Diseño muestral

El objeto del estudio es el Instituto Superior Tecnológico CESCA y los sujetos principales para el estudio son los alumnos de este Centro de Educación Superior de nivel Tecnológico; dado que la población de estudio estuvo conformada por alumnos de la especialidad de Administración de Empresas y Contabilidad del IV al VI ciclo, los cuales hacen un total de 154 alumnos (82 de administración de empresas y 72 de contabilidad), se consideró pertinente

encuestar a la totalidad de la población, al ser este un número pequeño para la exigencia de la investigación, por lo cual no se extrajo una muestra particular para la implementación del estudio.

Cabe mencionar que se consideró realizar el trabajo de investigación con alumnos del IV al VI ciclo de las carreras en mención, toda vez que a juicio de los investigadores, al ser estos alumnos con una mayor formación académica a comparación de los alumnos de primeros ciclos, estando pronto a egresar, existe una mayor probabilidad de que la intención de crear o no una empresa sea más clara en este tipo de estudiantes, por lo cual, la información que se recabe sería adecuada y permitiría cumplir con los objetivos del presente trabajo de investigación.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Tal como se ha especificado anteriormente, la población de estudio estuvo conformada por alumnos de la especialidad de Administración de Empresas y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCO – Sede de San Juan de Miraflores - Lima.

La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue una encuesta a través del cuestionario estructurado que se ha utilizado como instrumento y que se ha construido con 12 preguntas debidamente seleccionadas para cubrir los requerimientos de los indicadores; se formó de la unión de los instrumentos de recolección de datos utilizados en los trabajos de investigación de Obschonka et al. (2015) y Yang (citado en Gundry & Welsch, 2001).

Las 12 preguntas del cuestionario están divididas en cuatro secciones de acuerdo a las variables y dimensiones identificadas en la operacionalización, las que son: intención empresarial (tres preguntas), actitud hacia el comportamiento (cuatro preguntas), norma subjetiva (dos preguntas), y control conductual percibido (tres preguntas), tal como se muestra en el anexo 2 de la presente investigación.

Para determinar si el contenido del instrumento de recolección de datos es suficiente y apropiado, los investigadores utilizaron el criterio de jueces, en el cual el cuestionario fue sometido a opinión de jueces o expertos (Vara, 2012), quienes son profesionales relacionados a la especialidad de ciencias empresariales con un amplio conocimiento en administración de empresas e investigación científica.

Del mismo modo, con el fin de realizar una verificación de la validez discriminante examinando las cargas transversales de los indicadores de cada variable (constructo); los investigadores utilizaron la técnica Partial Least Squares (PLS) del Structural Equation Modeling (SEM), Técnica de Mínimos Cuadrados Parciales y Modelo de Ecuación Estructural en español, respectivamente; la validación discriminante nos permitirá conocer y validar si el constructo mide lo que se está estudiando (Gefen & Straub, 2005).

Para determinar la fiabilidad del instrumento de recolección de datos se utilizó el método de consistencia interna basado en el Alfa de Cronbach, con el fin de determinar en qué medida el instrumento es pertinente para medir la variable en estudio; asimismo, la fiabilidad que se determina mediante el Alfa de Cronbach, mide un constructo, y, como sus variables están altamente correlacionados (Welch & Comer 1988); George & Mallery (2003) proponen los siguientes criterios para evaluar los coeficientes de Alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa > .9 es excelente.

Coeficiente alfa > .8 es bueno.

Coeficiente alfa > .7 es aceptable.

Coeficiente alfa > .6 es cuestionable.

Coeficiente alfa > .5 es pobre.

Coeficiente alfa < .5 es inaceptable.

En el presente trabajo se utilizó el índice Dillon-Goldstein de confiabilidad compuesta, el cual es un indicador que permite medir la consistencia interna de los datos, debiendo ser igual o mayor que 0.7 (Nunnally, 1978)

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Dado que el presente trabajo de investigación pretendió determinar la relación que existe entre las variables actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y control conductual percibido en relación con la intención de crear empresa se utilizó el Modelo de Ecuación Estructural (SEM) ya que esta es una técnica que nos permite modelar las relaciones existentes entre las dependientes e independientes.

Asimismo, para el análisis de la información, las respuestas consignadas en los cuestionarios se consolidaron en una matriz de tabulación (base de datos Excel), cabe mencionar que, en dicha matriz de tabulación, las preguntas fueron agrupadas por cada variable (constructo) y se les asignó un código con el fin de facilitar el tratamiento de la data, tal como se muestra a continuación:

- Preguntas relacionadas a la Actitud Hacia el comportamiento: ac1-ac4.
- Preguntas relacionadas a Normas Subjetivas: ns1-ns2.
- Preguntas relacionadas a Control Conductual Percibido: cc1-cc3.
- Preguntas relacionadas a la Intención emprendedora: ie1-ie3

Del mismo modo, para la estimación del SEM, contrastación y prueba de hipótesis específicas de estudio, se utilizó la técnica PLS. Cabe señalar que el modelo SEM estimado con PLS, está compuesto por dos conjuntos de ecuaciones lineales: i) modelo estructural, el cual mide las relaciones entre las variables latentes, y ii) modelo de medida, el cual mide las relaciones entre las variables latentes con sus indicadores (Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009).

Por último, la hipótesis general fue analizada a través de diferencia de medias y el valor de p (p-valor).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el presente capítulo se va a mostrar los resultados acumulados del trabajo de campo, una vez realizada la tabulación y el análisis según la utilización de las técnicas elegidas y luego de la aplicación de las preguntas contenidas en los instrumentos utilizados. Teniendo en consecuencia los siguientes resultados de manera general o interpretativa, según sea el caso:

4.1. Resultados de la Encuesta

En este sentido, es importante mostrar los gráficos ilustrativos y el detalle del análisis realizado en cada uno de los temas abordados como se indica a continuación:

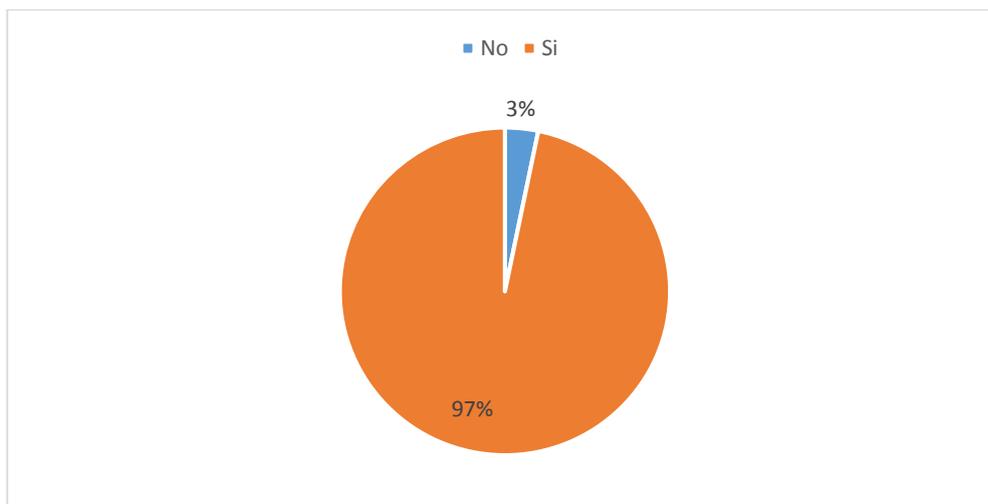


Gráfico 1. Intención de crear empresas

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 1 se aprecia que el 97% de los alumnos administración y contabilidad manifiesta que tener intención de crear una empresa mientras que el 3% no tiene interés. En ese sentido, los resultados muestran que una importante mayoría de la muestra tiene la intención clara de crear empresa y desarrollarse de manera independiente en el mundo laboral pudiendo interpretar que el interés del Instituto por fomentar el espíritu empresarial en sus futuros egresados tiene un evidente éxito; sin embargo, un pequeño

grupo de esta misma muestra no refleja esta seguridad lo que podría vincularse con el escaso desarrollo de su iniciativa empresarial por factores ajenos al esfuerzo que se realiza durante la formación profesional técnica.

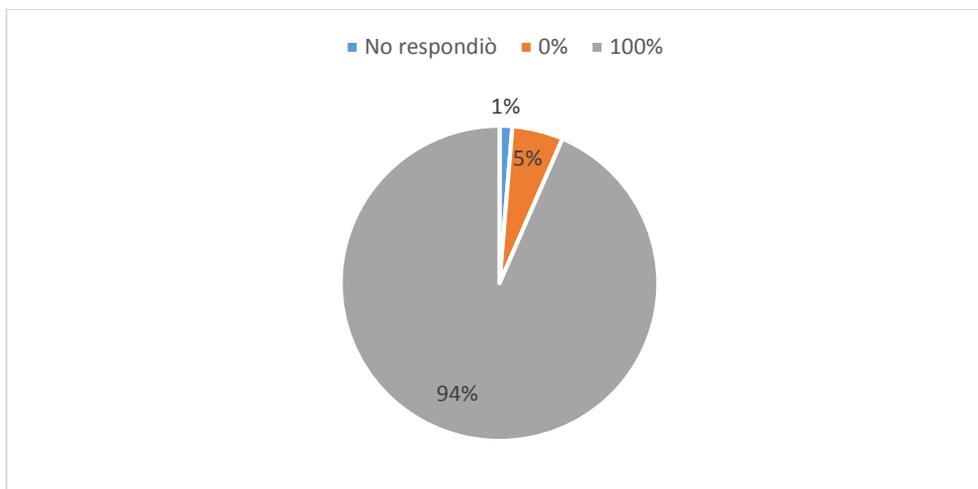


Gráfico 2. Probabilidad de fundar una empresa en el futuro previsible

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 2 se observa que el 94% de los encuestados en administración y contabilidad considera que existe una amplia posibilidad de que en el futuro funde una empresa, lo que permite consolidar los resultados del gráfico anterior; es relevante reconocer que existe un factor de no respuesta que encierra al 1% de la muestra, mientras el 5% revela la probabilidad de no fundar una empresa en el futuro inmediato, probablemente, porque todavía no se tiene clara la idea de qué rubro se puede manejar a partir de sus propias habilidades.

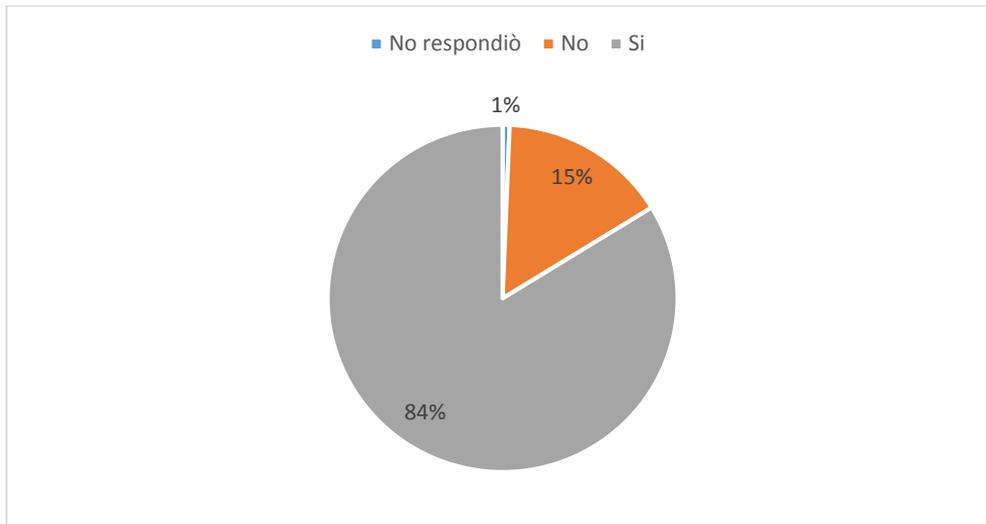


Gráfico 3. Búsqueda de información sobre formas y medios de crear una empresa

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 3 se observa que el 84% de los alumnos de administración y contabilidad que constituyen la muestra encuestada, están buscando información sobre los medios para crear una empresa, lo que evidencia que los alumnos tienen interés en adquirir mayor conocimiento al respecto, teniendo un 15% que no lo realiza probablemente porque se encuentra satisfecho con la información recibida en su formación académica y solamente el 1% como factor de no respuesta, que obedece a la indiferencia de este pequeño sector que no ha decidido independizarse una vez lograda su profesionalización.

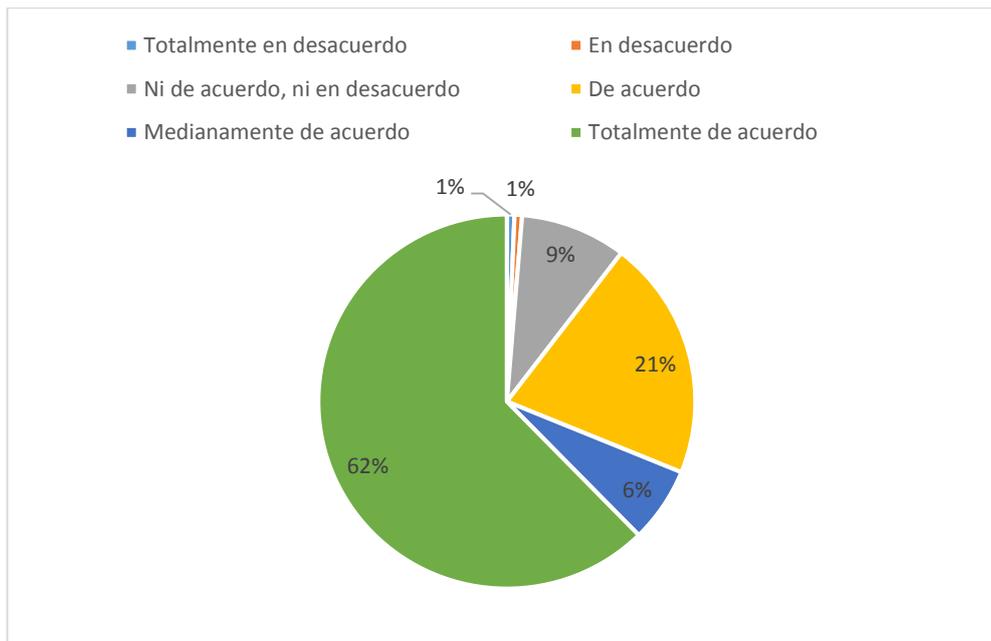


Gráfico 4. Preferencia por tener empresa propia con mejores ingresos

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 4 se observa que el 83% de la muestra está de acuerdo en que la preferencia por tener su propia empresa radica en contar con un ingreso frente a la posibilidad de ser un trabajador dependiente (62% totalmente de acuerdo y 21% de acuerdo), este resultado, en un análisis optimista, puede incrementarse al 89% ya que existe un 6% que sostiene su indecisión al respecto, pero con una tendencia optimista hacia la creación de su propia empresa buscando su independencia y generando su propia fuente de trabajo. Frente a este resultado existe un 11% que no está de acuerdo, probablemente porque en un primer momento de su desempeño profesional quiere contar con la seguridad de un ingreso permanente como trabajadores dependientes, lo que permitiría ir adquiriendo experiencia en el terreno profesional y generar un primer capital de trabajo que le permita decidir por la creación de su propia empresa, en este sentido, es relevante resaltar el 1% que es indeciso, pero con tendencia pesimista orientándose a no arriesgar en emprender una aventura empresarial por cuenta propia.

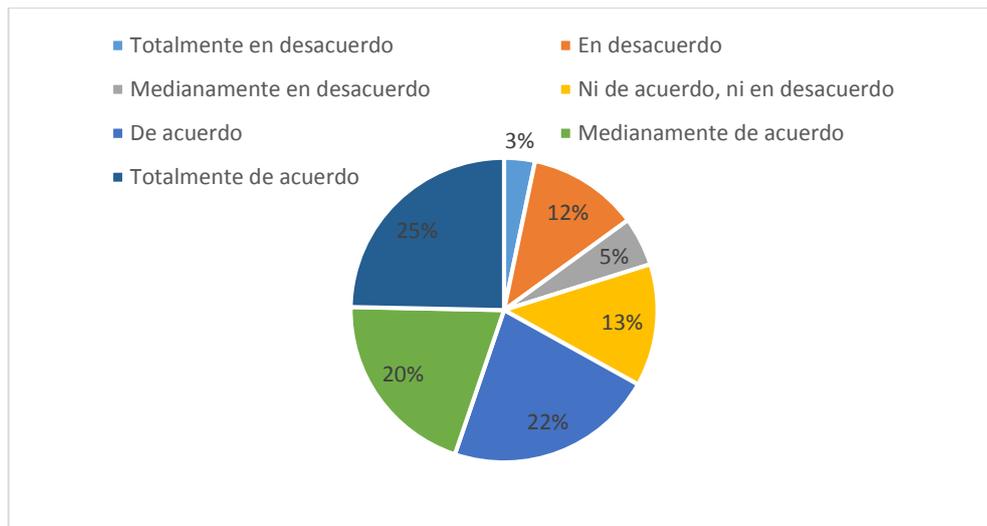


Gráfico 5. Preferencia por tener empresa en lugar de seguir otra carrera prometedor.

Fuente. Elaboración propia.

El gráfico 5 refleja que el 47% de la muestra está de acuerdo en tener su propia empresa en vez de estudiar otra carrera adicional a la que estudian (25% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo), este resultado, en un análisis optimista, se puede incrementar al 67% ya que un 20% tiene una decisión con tendencia optimista hacia la creación de su propia empresa, esta porción puede percibir que estudiar otra carrera puede ser más o tan beneficioso que crear su propia empresa, ya que una empresa siempre tendrá un riesgo de éxito o fracaso; asimismo, existe un 13% que se mantiene indeciso, no está de acuerdo ni en desacuerdo. Por su parte el 20% no está de acuerdo, resultado que refleja a los alumnos que piensa que estudiar una segunda carrera es una mejor opción que incrementa sus probabilidades de obtener los ingresos económicos deseados en vez de crear una empresa.

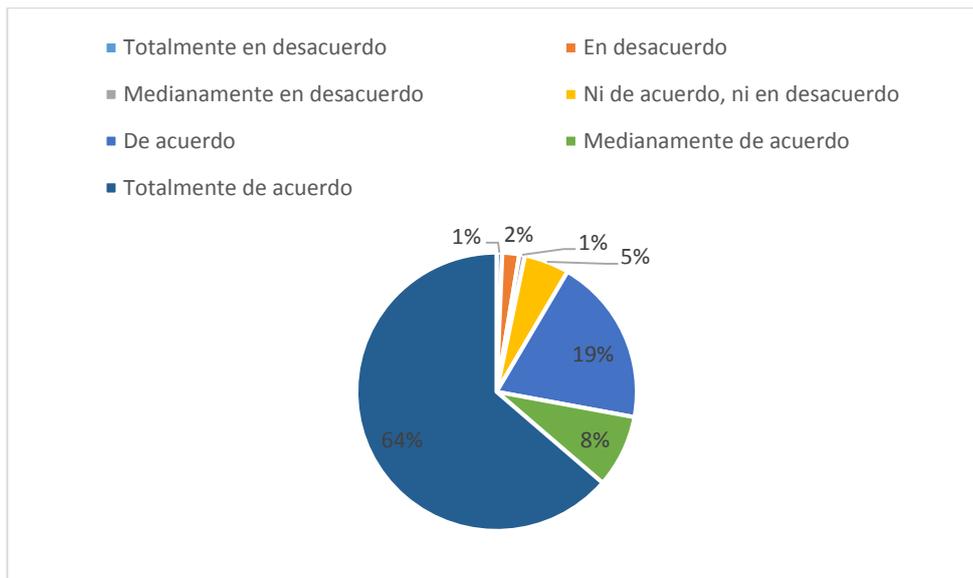


Gráfico 6. Disposición a sacrificios significativos para crear empresa

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 6 se analiza que el 83% de alumnos que estudian las carreras de administración y contabilidad están dispuestos a realizar sacrificios significativos con el fin de crear su empresa (64% totalmente de acuerdo y 19% de acuerdo), esta porción de la muestra considera que los beneficios que pueden obtener como resultado de crear su propia empresa es mayor a los sacrificios y privaciones que conlleva su decisión; asimismo, existe un 8% que está medianamente de acuerdo, con tendencia positiva a la decisión de hacer sacrificios para la creación de empresas, probablemente su decisión se defina en razón a cuan placentera sea su situación al momento de tomar esta decisión. En el otro extremo existe un 3% de la muestra que manifiesta no estar dispuesto en hacer sacrificios para crear empresas (2% en desacuerdo y 1% totalmente en desacuerdo), esta porción de la muestra son personas con temor al riesgo, por lo que deciden continuar con lo que tienen, aunque deseen tener más, sin embargo, el temor a perder les inhibe a tomar el riesgo en crear su propia empresa; asimismo, existe un 1% de la muestra que pese a que su decisión no es clara (medianamente en desacuerdo), tienen la tendencia a tomar la decisión sin hacer sacrificios.

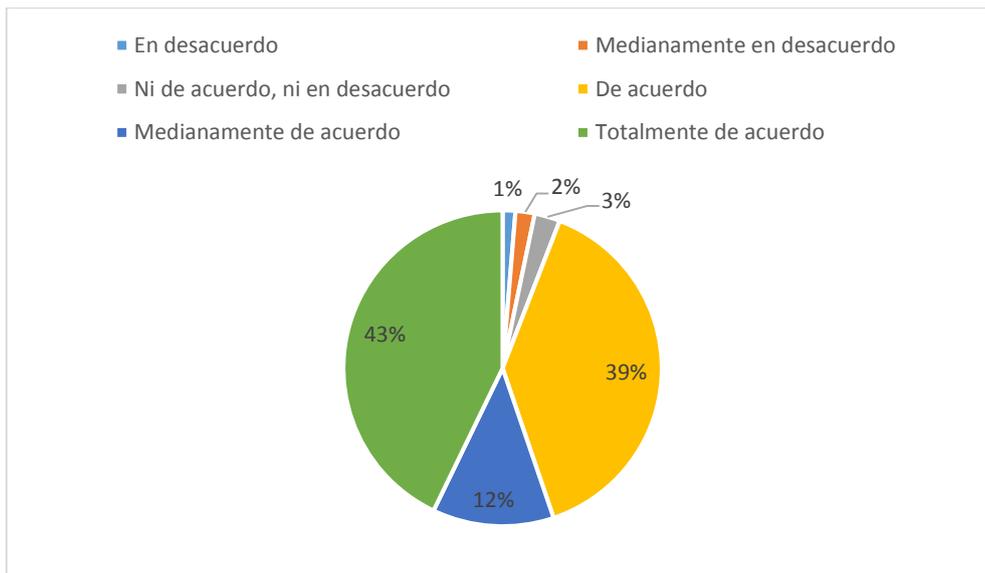


Gráfico 7. Trabajar en otro lugar el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer su propio negocio

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 7 se observa que el 82% de los alumnos de administración y contabilidad (43% totalmente de acuerdo y 39% de acuerdo), consideran que trabajarían en otro lugar solo por un tiempo razonable, en que acumularían experiencia y capital para formar su propia empresa; asimismo, el 12% de los encuestados manifestó estar medianamente de acuerdo, por lo que su decisión tiene una tendencia positiva a ser favorable en este mismo sentido. Asimismo, el 3% de la muestra (2% medianamente en desacuerdo y 1% en desacuerdo), considera que no trabajaría en otro lugar para luego hacer su propio negocio, esta proporción de la muestra no estaría dispuesta a abandonar su trabajo con el fin de crear su propia empresa; en otro extremo existe un 3% que es indeciso ante esta decisión, lo que dependerá de que tan cómoda sea la situación en la que se encuentre en el futuro.

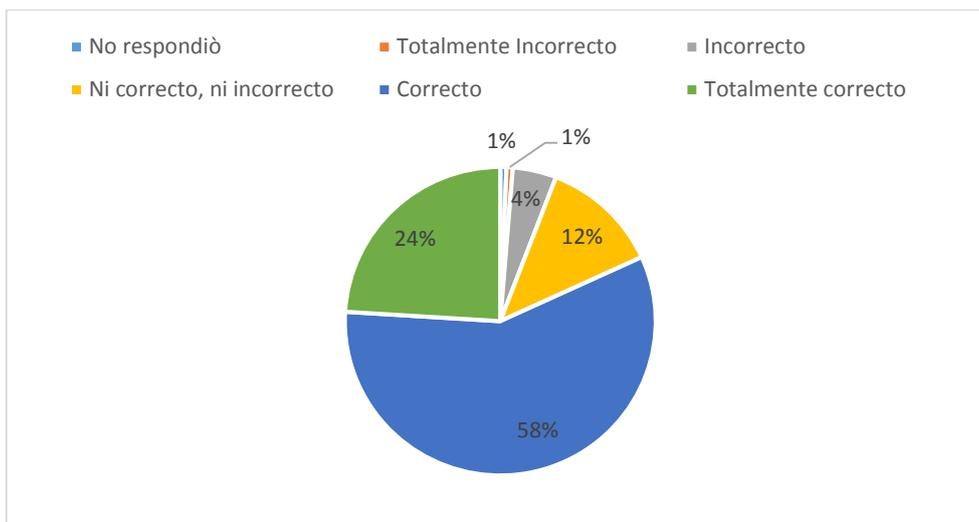


Gráfico 8. Opinión importante de los colegas para inducir a participar en crear una empresa

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 8, el 82% de los alumnos de administración y contabilidad que fueron encuestados (24% totalmente correcto y 58% correcto), manifiestan que sus colegas tienen una opinión de significado importante, pues constantemente los animan a crear una empresa, lo que resulta ser factor motivante; por su parte el 12% no está seguro de haber recibido opinión. En otro extremo el 5% de la muestra manifestó que no han recibido opiniones de gente que es importante para ellas respecto a la creación de empresas (4% incorrecto y 1% totalmente incorrecto), esta porción de la muestra probablemente no ha conversado con sus colegas respecto al interés de creación de empresas, por tal motivo, no han recibido opiniones. Existe un 1% que no respondió, lo que podría indicar que no entendió la pregunta o simplemente se abstuvo de realizar algún comentario al respecto.

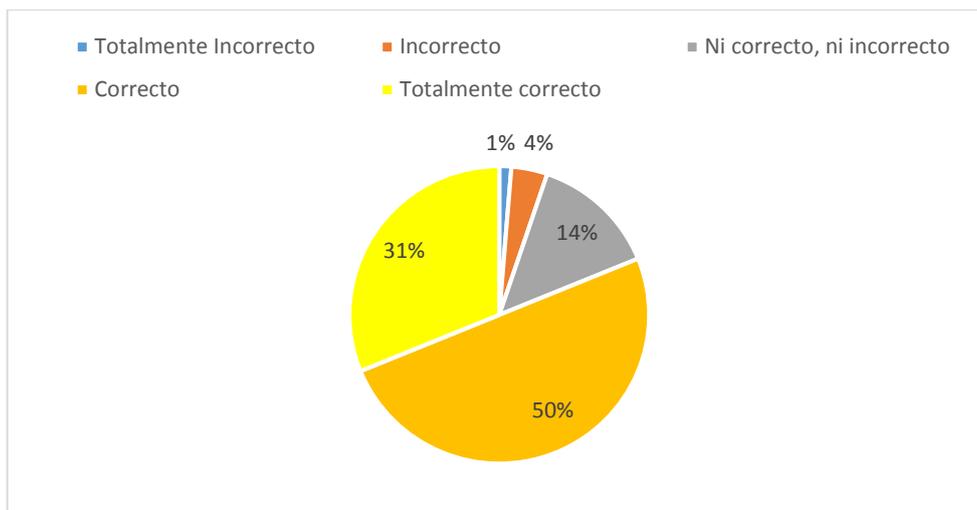


Gráfico 9. Opinión de los superiores sobre la participación en la creación de una empresa.

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 9, el 81% de los alumnos encuestados (31% totalmente correcto y 50% correcto), manifiestan que sus superiores, ya sean jefes, profesores u otros, los animan a crear una empresa, este hecho resulta ser un factor motivante; asimismo, el 14% de los encuestados no está seguro de haber recibido o probablemente recordar que sus superiores le hayan mostrado su opinión respecto a que deberían crear una empresa. El 5% de la muestra manifestó que no han recibido opiniones de sus superiores sobre la creación de empresas (4% incorrecto y 1% totalmente incorrecto), ello porque probablemente no conversó con sus superiores en este sentido por lo que no han recibido opiniones.

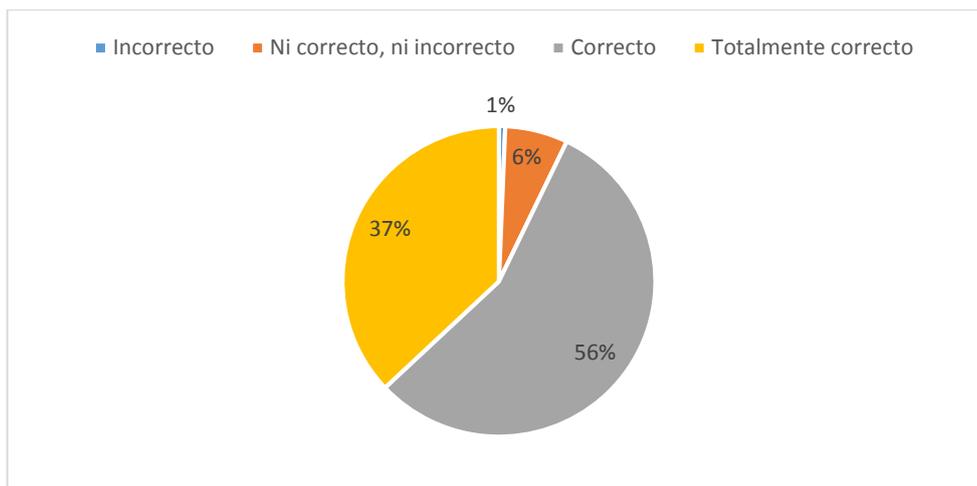


Gráfico 10. Satisfacer de exigencias al participar en la creación de empresas

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 10 se observa que el 93% de los alumnos de administración y contabilidad encuestados (37% totalmente correcto y 56% correcto), están seguros que pueden satisfacer las exigencias que implica crear una empresa, esta porción de la muestra indica que de acuerdo a la formación obtenida en el Instituto creen que están preparados para emprender; asimismo, el 6% de la muestra no está seguro de satisfacer las exigencias que implica crear una empresa, probablemente considera que la formación obtenida no es suficiente para afrontar los riesgos que implica esta decisión. Se debe resaltar que el 1% de la muestra manifestó que no cumpliría con las exigencias que conlleva crear una empresa, porción de la muestra que sentiría que la responsabilidad y recursos a invertir no están bajo su control.

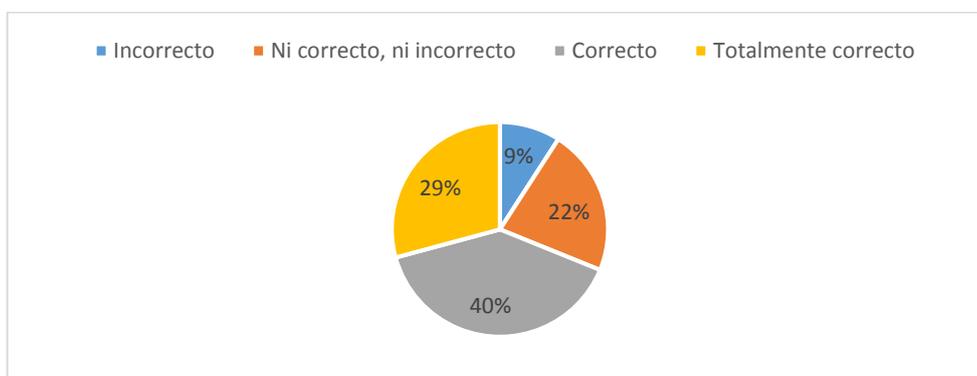


Gráfico 11. Facilidad de participar en la creación de una empresa

Fuente. Elaboración propia.

Del gráfico 11 se observa que el 69% de los alumnos de administración y contabilidad (29% totalmente correcto y 40% correcto), creen que les resultaría fácil crear una empresa, hecho que muestra que los alumnos del instituto superior CESCA sienten haber recibido las herramientas necesarias para enfrentar el reto de emprender; asimismo, el 22% de los encuestados no está seguro que la creación de empresas sea fácil, lo que hace percibir que esta porción de la muestra no decidiría crear una empresa. Del mismo modo, el 9% de la muestra manifestó que considera que no es fácil crear una empresa, por lo que dichas personas se inclinan a tener un trabajo dependiente para no afrontar los riesgos y sacrificios que implica crear una empresa.

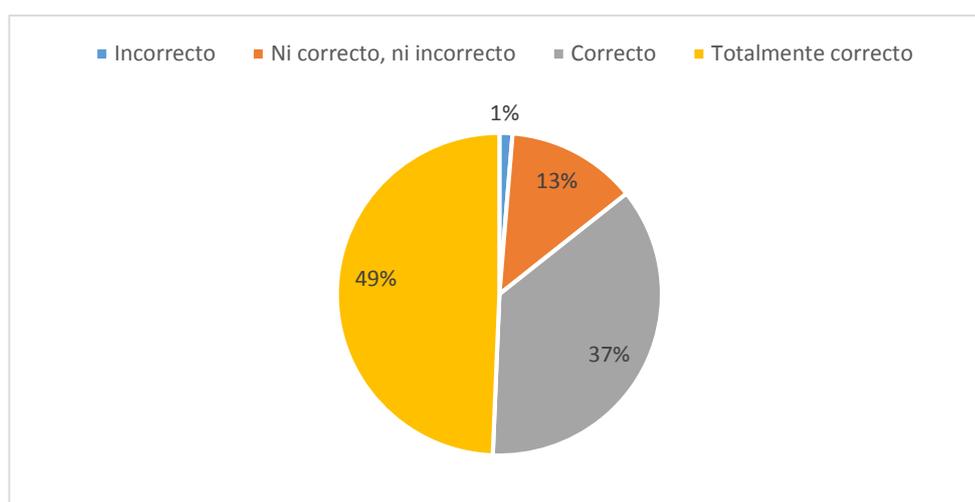


Gráfico 12. Éxito en la creación de una empresa.

Fuente. Elaboración propia.

Del gráfico 12 se observa que el 86% de los alumnos de administración y contabilidad encuestados, están seguros que, de participar en la creación de una empresa, tendrán éxito (49% totalmente correcto y 37% correcto); lo que resulta concordante con los resultados del gráfico anterior; asimismo, el 13% de los encuestados no está seguro de tener éxito. Por su parte el 1% de la muestra manifestó que no tendrían éxito, probablemente porque dichas personas no participan en la creación de empresas al sentir limitaciones internas y externas.

4.2. Interpretación de la Técnica Cualitativa: Entrevista

Para corroborar la información recogida con la técnica cuantitativa que corresponde a la encuesta y cuyos resultados se interpretaron en la primera parte de este capítulo, a continuación se realizará el análisis de la entrevista que corresponde a la técnica cualitativa la que fue realizada a través de una guía estructurada con preguntas abiertas aplicada a la muestra de la población escogida para este fin y que está conformada por el coordinador de la escuela y los docentes del Instituto CESCA, de acuerdo al siguiente detalle:

4.2.1. Factor predominante para tomar la decisión para crear una empresa

La decisión de crear una empresa está relacionada a diferentes factores, asimismo, las personas tienen una percepción diferente respecto a qué factor es predominante para poder tomar la decisión de crear una empresa, en ese sentido, para la Coordinadora del Instituto CESCA existen varios factores motivantes para tomar esta decisión, entre los cuales está el desempleo, la necesidad de crear su propia empresa por superación personal; revisando la entrevista realizada menciona dos factores: uno extrínseco que se da por el entorno del individuo y otro intrínseco, por superación personal.

En este sentido, se entrevistó a cuatro docentes relacionados con las Carreras en estudio cuyas perspectivas son concordantes, el primero de ellos identificó el capital e independencia como factores predominantes, lo cual condice con lo expresado por la Coordinadora del Instituto CESCA haciendo un paralelo con los dos factores motivantes: extrínseco e intrínseco; el segundo de los docentes entrevistados expresó que el factor predominante es la decisión de querer formar empresa por la búsqueda de independencia, concordando con identificar un factor interno como el desarrollo e independencia financiera por lo que se puede afirmar, en este contexto, que la percepción de los entrevistados está relacionada a la actitud hacia el comportamiento y control conductual.

Por otro lado, el tercer docente expresa que los factores predominantes son la oportunidad y el apoyo económico, factores relacionados al ambiente externo del sujeto, además, el apoyo económico está enmarcado dentro de la variable normas subjetivas, debido a que se presume que el sujeto recibe estímulo de personas que pueden ser importantes para el emprendedor y que le genera motivación para tomar la decisión de crear empresa. Finalmente, el último docente entrevistado señaló que el factor más importante es identificar el mercado, a quién vender u ofrecer el servicio o el bien, este factor sería determinante para tomar la decisión de crear empresa, lo que se relaciona con la variable control conductual percibido, toda vez que al identificar el mercado y estar seguro en que el producto o servicio a ofrecer tendrá demanda, existirá confianza de lograr el éxito y probablemente tome la decisión de crear empresa.

4.2.2. Estrategias motivadoras empleadas con los alumnos para la decisión de crear una empresa

Respecto a las estrategias motivadoras que se deben emplear con los alumnos para que se decidan a crear una empresa, todos los entrevistados coinciden en reforzar las estrategias motivadoras desde el aspecto del control conductual como la actitud hacia el comportamiento; es así que la coordinadora del Instituto CESCA considera importante la motivación hacia la independencia y no conformismo, inculcando al futuro profesional a crear empresa y estudiar lo que verdaderamente es su vocación; estas estrategias están orientadas a lograr confianza en sí mismo, y tiene como ingrediente la motivación del docente, que se relaciona a la variable normas subjetivas, por cuanto puede generar una percepción relevante para la toma de decisiones de los alumnos. El primer docente entrevistado coincide al apreciar como estrategia el fomento del conocimiento necesario para crear empresa y difundir mucho los aspectos tributarios que en la actualidad constituyen un factor para el cierre de las empresas; por su parte el segundo docente entrevistado menciona como relevante la aplicación de casos prácticos para ensayar la creación de empresas, identificar el perfil del emprendedor

concordante con sus ideas, y profundizar en la situación real del proyecto para que sea rentable.

En otro aspecto, la tercera docente abordada hace mención sobre la importancia de guiar a los alumnos según su especialidad y hacer que las clases se difundan conforme al tipo de empresa que desean crear. Interpretando estas tres entrevistas se puede afirmar que las estrategias mencionadas se orientan a fortalecer el control conductual en los alumnos, al proporcionar herramientas suficientes y relacionarlos con el ambiente empresarial para que no se sientan ajenos y con miedo a lo desconocido, favoreciendo su confianza y adoptar la decisión de crear empresas.

Finalmente, para el último docente entrevistado, una estrategia motivadora es hacer comprender a los alumnos que, en la actualidad, el trabajo dependiente para terceros no es rentable, opinión que se identifica con la actitud hacia el comportamiento, toda vez que insiste en que el resultado de crear una empresa es más beneficioso que estar empleado.

4.2.3. Experiencias relevantes compartidas por los alumnos que decidieron crear empresa

De las experiencias recogidas, el primer docente manifestó que un alumno de administración trabajó en un taller metalmecánico, después de años de aprendizaje, ahorro y creó su propio taller; asimismo, un alumno trabajó en un minimarket por 6 años hasta que el empresario decidió cerrar y el dueño del local le propuso que administre el negocio financiándole el local para que sea su propia empresa.

De otro lado, la segunda docente que se abordó indicó como experiencia exitosa que un alumno creó una página web a través de la cual vende sus productos por internet y que su mercado ha ido creciendo poco a poco. Por su parte el tercer docente comprometido con la entrevista Jean Pierre Hidalgo presentó como principal experiencia con el alumno la relacionada con la realización de los trámites documentarios para formalizar su negocio,

como la minuta, registros públicos, RUC y su página web, así como el registro de marca en INDECOPI; para lo cual requieren orientación.

Tal como se observa, se presentan casos en que los alumnos lograron crear su propia empresa y comparten esta experiencia con los docentes, probablemente con el educador que mantiene una sólida confianza o considera más importante en su preparación profesional, hecho que denota que en cierta medida los alumnos buscan la aprobación y orientación de los docentes por su nivel superior de conocimientos.

4.2.4. Principales problemas que afronta el empresario nacional

Entre los principales problemas que afronta el empresario nacional, la señorita coordinadora del Instituto CESCO mencionó al factor económico, es decir financiamiento, así como el miedo al riesgo; para el primer entrevistado un problema principal es la falta de educación tributaria, haciendo mención que esta debe estar contemplada dentro de la formación elemental de educación secundaria, ya que en su perspectiva el aspecto tributario es de vital importancia, atribuyendo que muchos negocios cierran por falta de cultura tributaria y las constantes infracciones que son sancionadas por SUNAT.

Para el segundo docente el principal problema radica en obtener financiamiento; asimismo, indica que la normativa vigente para las REMYPE y PYME no es clara, y existe corrupción en los ámbitos donde se realizan los trámites relativos al Estado, lo que complica el trabajo para la formalización.

Por su parte la tercera docente señala que uno de los principales problemas es la competencia con los empresarios extranjeros, ya que estos ofrecen productos de menor precio; asimismo, el último docente coincide con las afirmaciones anteriores al contemplar que uno de los principales problemas que afronta el empresario nacional es la competencia desleal, es decir, la informalidad y los vacíos legales ante la SUNAT.

Tal como se observa, los principales problemas se asocian a factores externos relativos al financiamiento, desconocimiento en materia tributaria, competencia desleal y corrupción; denotando que estos están relacionados a la falta de control conductual percibido; así como, el miedo al riesgo el cual está asociado a la actitud hacia el comportamiento. Los sujetos de la entrevista manifiestan en que el aspecto normativo suele ser muy desventajoso para el microempresario, identificando entre los principales problemas las sanciones que SUNAT impone.

4.2.5. Experiencia sobre la solicitud de los estudiantes del Instituto que piden opinión o esperan aprobación para analizar la factibilidad de crear una empresa

La Coordinadora del Instituto indicó que los alumnos solicitan opinión al docente para orientarse, ya que se constituye en el principal referente por su experiencia, indicando que esto se debe a que los alumnos evidencian cierto temor y no conocen el mercado; esto es ratificado por el primer docente entrevistado, quien refuerza la idea indicando que los estudiantes del instituto piden opinión sobre rentabilidad y aspectos tributarios, principalmente. El segundo docente señala que los estudiantes del instituto piden asesoría mínima en temas de nichos de mercado, aspectos técnicos y financieros, sin importar que la idea de su negocio sea relativamente pequeña; todo esto es reforzado por la tercera docente quien, según su experiencia, menciona que los alumnos solicitan opinión, pero no aprobación; la opinión se relaciona a sus inquietudes sobre trámites para la creación de empresas y la rentabilidad del negocio.

El último docente afirma que los alumnos solicitan opinión porque para ellos el docente es orientador, generando seguridad y confianza que el estudiante espera para aplicar su idea de negocio y plasmar en una realidad en el mercado objetivo.

De lo interpretado en las entrevistas se puede evidenciar que los alumnos piden orientación a los docentes, porque sienten que la decisión de crear

una empresa demanda de herramientas y conocimientos adicionales a los adquiridos durante su formación; del mismo modo, se aprecia que los alumnos están informándose de manera continua con los profesores por su interés en crear una empresa propia.

4.2.6. Percepción sobre la confianza de los alumnos para crear empresa y factores que inducen en su falta de confianza

Para la Coordinadora del Instituto CESCA, y los docentes entrevistados, a los alumnos les hace falta confianza porque no creen en su capacidad y potencial emprendedor; asimismo, perciben que los factores que inducen a la falta de confianza son el riesgo, la inseguridad, el conformismo y la falta de vocación.

Es importante señalar que el único docente entrevistado (sexo femenino), agrega que los alumnos observan que el gobierno y las instituciones son muy burocráticos, expresando su falta de confianza en las entidades por efectos de la corrupción, la falta de orientación tributaria y la aprobación de leyes que se perciben como no favorables para las pequeñas empresas.

En este sentido, se puede interpretar que los profesores coinciden en que a los alumnos les hace falta confianza lo que se asocia al temor a perder, duda frente al riesgo, así como la desconfianza por problemas de corrupción en las instituciones del Estado; lo señalado indica que los alumnos sienten un control conductual percibido débil, es decir, su miedo está asociado a factores que no pueden controlar por ser de naturaleza externa.

4.2.7. Estrategias importantes para implementar en el instituto CESCA para impulsar la creación de empresas en los estudiantes

Para la coordinadora del Instituto CESCA, las estrategias que debería de implementar el Instituto para impulsar la creación de empresas en los estudiantes son los talleres de capacitación y talleres de orientación vocacional; asimismo, el primer docente indica que otra estrategia es incluir

en la malla curricular cursos sobre la creación de empresas y talleres de capacitación.

El segundo docente coincide con las estrategias antes señaladas, lo que se refuerza con la importancia de realizar cursos sobre ideas de negocio, innovación, creatividad y emprendimiento; recomendando a los alumnos ver programas de cultura empresarial, como negociando con tiburones. En su caso la tercera docente manifiesta que la estrategia a implementarse debería vincularse con el dictado de un curso de emprendimiento y tener un asesor de emprendimiento. El último docente de la entrevista es autocrítico en el aspecto académico y afirma que el instituto debería tener como estrategia una mayor consolidación de docentes capacitados para impartir una educación orientada al emprendimiento.

Lo expuesto por los entrevistados evidencia la importancia de estrategias orientadas a fortalecer el control conductual percibido de los alumnos, toda vez que, se propone una mayor capacitación, cursos de emprendimiento y profesores mejor capacitados; estrategias que contribuyen a que el alumno se sienta mejor preparado y con las herramientas suficientes para crear empresa, disminuyendo su miedo a lo desconocido y mejorando su confianza en sí mismos.

4.2.8. Actividades del instituto CESCA para fomentar la cultura de emprendimiento

Para la señorita coordinadora del Instituto CESCA, así como dos de los docentes entrevistados, las actividades que realiza el instituto CESCA son cursos de capacitación, de complementación, conferencias y certificaciones progresivas. En su caso los otros dos docentes entrevistados afirmaron que las actividades por parte del instituto CESCA son muy escasas, este hecho se corrobora con la necesidad de los alumnos de buscar asesoramiento por parte de los docentes, toda vez que se percibe que la frecuencia de cursos de emprendimiento que reciben es insuficiente, por lo que los alumnos

sienten que no tienen la suficiente información para manejar o tener bajo control las exigencias que implica crear una empresa.

En ese sentido, se puede interpretar que los alumnos que tienen una mayor intención de crear empresa, es por una fuerte influencia de la actitud hacia el comportamiento, lo cual se corrobora cuando los alumnos buscan información respecto a cómo crear su propia empresa.

4.3. Comprobación estadística

4.3.1. Datos Demográficos

Los elementos de la muestra presentan las siguientes características:

Tabla 1

Sexo	Contabilidad	F%	Administración	F%
Masculino	29	40.28%	33	40.24%
Femenino	43	59.72%	49	59.76%
Total	72	100%	82	100%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 1 se observa que más del 50% de los alumnos en ambas especialidades está representada por mujeres, así podemos observar que la población de estudio fue de 154 alumnos, del cual 59.74% son mujeres, es decir, de cada 10 alumnos que estudian administración y contabilidad en el Instituto Superior Tecnológico “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores, 6 son mujeres.

Tabla 2

Edad

	Contabilidad	Administración
Mínimo	18	18
Máximo	34	35
Promedio	26	27

Fuente. Elaboración propia

La Tabla 2, muestra que la edad promedio de los alumnos del Instituto Superior Tecnológico “CESCA” – Sede de San Juan de Miraflores - Lima, del IV y VI ciclo de estudios que formaron parte de la investigación fue de 26 años en la especialidad de administración y 27 años en la especialidad de contabilidad.

4.3.2. Evaluación del modelamiento con PLS-SEM

Para la evaluación y contraste de hipótesis se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), a través de modelamiento con cuadrados mínimos parciales (PLS); dicho modelamiento se realizó con el software denominado Smart PLS, con el que se evaluó las relaciones entre las variables del constructo empleado.

Cabe mencionar que el modelo fue evaluado en el software PLS en dos etapas: a) Evaluación del modelo de medición, y b) Evaluación del modelo estructural (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2014); asimismo, los resultados del cuestionario aplicado fueron evaluados dos veces por los investigadores, toda vez que en la primera evaluación se observó algunas cargas transversales relacionadas a los constructos por debajo de 0.6, por lo cual se realizó una segunda evaluación con el fin de mejorar los resultados del Alfa Cronbach, teniendo en cuenta que los valores entre 0.6 y 0.7 se consideran “aceptables en investigaciones exploratorias”, mientras que los valores entre 0.7 y 0.95 son considerados “satisfactorios” (Hair et al., 2014). Los resultados de ambas evaluaciones se muestran a continuación:

4.3.2.1. Evaluación del modelo de medición

a) Caso 1: Primer resultado de la evaluación

De la primera evaluación utilizando el software PLS se determinó que en la mayoría de los casos, las cargas alcanzaron y están por encima de 0.7, que es el nivel exigido (Hair et al., 2014), excepto de los ítems ac2, ac4 e ie3, los cuales presentan una carga por debajo del nivel antes mencionado, este resultado afectaría la confiabilidad del instrumento en relación a que dichos ítems no estarían directamente relacionadas con el constructo, es decir, no coadyuvan a medir de forma adecuada el constructo al cual se encuentra relacionado; dichos resultado se muestran a continuación:

Tabla 3

Cargas, Alfa Cronbach y Confiabilidad compuesta – Caso 1

	Actitud	Normas	Control	Intención
ac1	0.793			
ac2	0.596			
ac3	0.784			
ac4	0.262			
ns1		0.945		
ns2		0.709		
cc1			0.792	
cc2			0.662	
cc3			0.775	
ie1				0.864
ie2				0.802
ie3				0.182
Cronbach	0.596	0.610	0.601	0.268
Confiabilidad Compuesta	0.718	0.819	0.788	0.684

Fuente. Elaboración propia

De la tabla 3, se puede observar que el Alfa Cronbach se encuentra entre 0.596 y 0.268, lo cual es un resultado que se encuentra por debajo de 0.7 (George & Mallery, 2003), este resultado sería consecuencia por la baja carga identificada en las preguntas asociadas al constructo que se pretende medir; del mismo modo, el índice Dillon-Goldstein de confiabilidad compuesta, está por encima del parámetro de 0.7 (Nunnally, 1978), lo cual indica una confiabilidad interna adecuada del constructo, es decir, el conjunto de preguntas si reflejan la variable asociada.

Del análisis de la validez convergente, la variable media extraída (AVE) para los casos de normas subjetivas y control conductual percibido alcanzaron el valor mínimo establecido de 0.5 (Fornell & Larcker, 1981), esto significa que dichas variables del modelo explican en más del 50% de la varianza de sus indicadores, tal como se muestra a continuación:

Tabla 4

Correlación de las variables latentes vs varianza media extraída (AVE) – Caso 1

	Actitud	Normas	Control	Intención
Actitud	0.646			
Normas	0.101	0.835		
Control	0.092	0.100	0.745	
Intención	0.173	0.107	0.137	0.688
AVE	0.417	0.698	0.555	0.474

Fuente. Elaboración propia

Con relación a la tabla 4, se puede indicar que la raíz cuadrada de la varianza media extraída de la actitud hacia el comportamiento, normas Subjetivas, Control Conductual Percibido e Intención emprendedora, fue de 0.646, 0.835, 0.745 y 0.688, respectivamente; lo cual indica que todos los constructos se correlacionan entre sí, obteniendo una validez discriminatoria significativa (Fornell & Larcker, 1981).

b) Caso 2: Segundo resultado de evaluación

En la segunda evaluación del modelo, se sustrajo los ítems ac4 e ie3, los cuales presentaban una carga por debajo del nivel de 0.7 (Hair et al., 2014), obteniéndose que la carga de cada ítem asociada al constructo mejoró, a excepción del ítem ac2, tal como se muestra:

Tabla 5

Cargas, Alfa Cronbach y Confiabilidad compuesta – Caso 2

	Actitud	Normas	Control	Intención
ac1	0.810			
ac2	0.564			
ac3	0.776			
ns1		0.963		
ns2		0.664		
cc1			0.804	
cc2			0.652	
cc3			0.770	
ie1				0.904
ie2				0.836
Cronbach	0.600	0.610	0.601	0.686
Confiabilidad Compuesta	0.765	0.808	0.788	0.862

Fuente. Elaboración propia

De la tabla 5, se puede observar que el Alfa Cronbach se encuentra entre 0.600 y 0.686, siendo este un resultado que se encuentra por debajo de 0.7 (George & Mallery, 2003); del mismo modo, el índice Dillon-Goldstein de confiabilidad compuesta, está por encima del parámetro de 0.7 (Nunnally, 1978), lo cual indica una confiabilidad interna adecuada del constructo, es decir, el conjunto de preguntas si reflejan la variable asociada.

Asimismo, según la tabla 6, que se muestra a continuación, se puede observar que la variable media extraída (AVE) alcanzó y superó el valor

minimo establecido de 0.5 (Fornell & Larcker, 1981), esto significa que dichas variables del modelo explican en más del 50% de la varianza de sus indicadores:

Tabla 6

Correlación de las variables latentes vs varianza media extraída (AVE) – Caso 2

	Actitud	Normas	Control	Intención
Actitud	0.725			
Normas	0.104	0.828		
Control	0.092	0.098	0.745	
Intención	0.157	0.069	0.110	0.871
AVE	0.526	0.685	0.555	0.758

Fuente. Elaboración propia

En consecuencia, de la tabla 6 se puede observar que la raíz cuadrada de la varianza media extraída de actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas, control conductual percibido e intención emprendedora, para este caso fue de 0.725, 0.828, 0.745 y 0.871, respectivamente; lo cual indica que todos los constructos se correlacionan entre sí, con una validez discriminante satisfactoria (Fornell & Larcker, 1981). Por lo expuesto, los resultados detallados mejoraron en cuanto a los resultados de la primera evaluación.

4.3.2.2. Evaluación del modelo de estructural:

En esta evaluación, se considera el peso y la magnitud de las relaciones que existen entre las variables de estudio, con el fin de determinar si las variables independientes, explican o no la variable dependiente, para este fin se consideró los coeficientes de ruta estandarizados y la varianza explicada (R^2). Con relación a los coeficientes de ruta estandarizados Chin (2000), considera que el valor mínimo que debe alcanzar es de 0.2, para que la relación entre la variable independiente y la variable dependiente sea considerada significativa.

El valor de R^2 varía de 0 a 1, un nivel más alto indica un mayor grado de precisión predictiva, cabe indicar que es difícil indicar las reglas generales para los valores aceptables de R^2 , mientras que en estudios relacionados con el comportamiento del consumidor un valor de 0.20 se considera alto, en estudios de éxito (por ejemplo, en estudios que apuntan a explicar la satisfacción o lealtad del cliente), los investigadores esperan valores mucho más altos de 0.75 (Hair et al., 2011), no obstante, en investigaciones académicas enfocadas a temas de mercadotecnia, los valores de R^2 de 0.75, 0.50 y 0.25 para variables latentes endógenas, pueden ser considerados como sustanciales, moderados y débiles, respectivamente (Hair et al., 2014; Hair et al., 2011; Henseler et al., 2009).

Para el presente estudio se utilizará el criterio propuesto por Chin (1998), quien planteó los siguientes criterios: si el valor de R^2 está por encima de 0.19, su capacidad explicativa será débil, si su valor es por encima de 0.33 y 0.67, su capacidad es explicativa es moderada y sustancial, respectivamente.

a) Caso 1: Primer resultado de la evaluación

Como se observa en la tabla 7 que se detalla líneas abajo, el coeficiente de ruta estandarizado es 0.295, 0.161 y 0.230, para actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y control conductual percibido, respectivamente; lo cual indica que solo normas subjetivas tienen un valor por debajo del límite permitido de 0.20 (Chin, 2000).

Del mismo modo, la significancia medida a través de p-valor de cada variable es menor a 0.05, lo cual indica que el coeficiente es significativo, existiendo una significancia estadística que demuestra una la relación entre las variables independientes para explicar la variable dependiente, aceptando las hipótesis específicas.

Por otro lado, se puede observar que el valor de R^2 es de 0.245, mayor a 0.19 que es el parámetro considerado como capacidad explicativa

débil (Chin, 1998; Hair et al., 2014; Hair et al., 2011; Henseler et al., 2009); sin embargo, si se compara con los resultados esperados para investigaciones relacionadas al comportamiento del consumidor, su capacidad explicativa es alta (Hair et al., 2011).

Tabla 7

Modelo estructural - Coeficientes de trayectoria estandarizados

Variable	Intención
Actitud	0.295 (0.000)
Normas	0.161 (0.037)
Control	0.230 (0.003)
R ²	0.245

Fuente. Elaboración propia

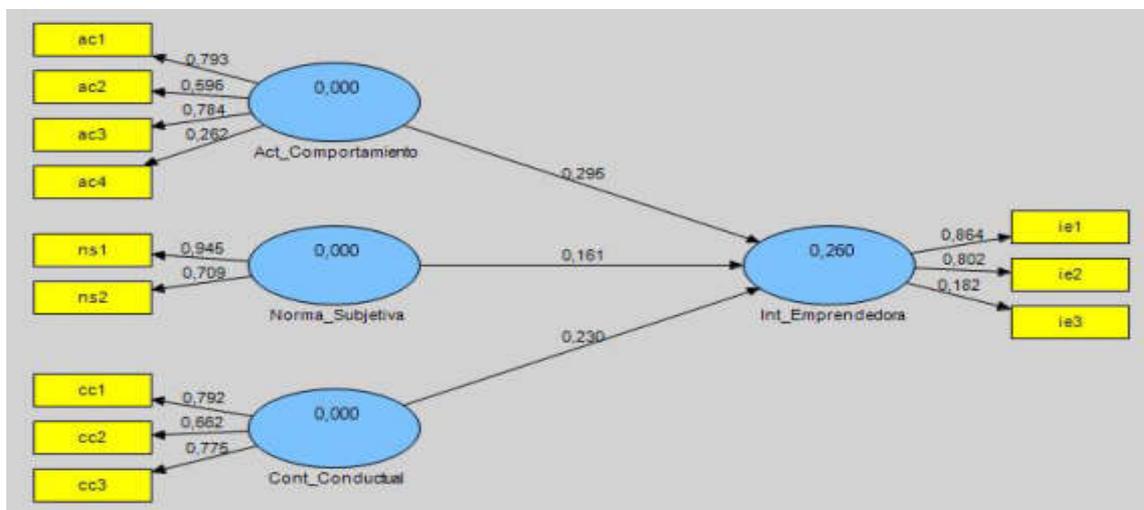


Figura 5. Estimación del modelo de Intención Emprendedora

Fuente. Elaboración propia

Según la figura 5, la estimación del modelo de intención emprendedora se corrobora que esta intención se encuentra principalmente explicada por las variables de Actitud hacia el Comportamiento y Control Conductual Percibido.

b) Caso 2: Segundo resultado de la evaluación

Tal como se muestra en la tabla 8 que se detalla a continuación, el coeficiente de ruta estandarizado es mayor a 0.20 (Chin, 2000), a excepción del constructo de normas subjetivas que tiene 0.101; asimismo, se puede observar que el R^2 es 0.199, valor que muestra una capacidad explicativa débil (Chin, 1998; Hair et al., 2014; Hair et al., 2011; Henseler et al., 2009); sin embargo, si se compara con los resultados esperados para investigaciones relacionadas al comportamiento del consumidor, su capacidad explicativa es alta (Hair et al., 2011).

Tabla 8

Modelo estructural - Coeficientes de trayectoria estandarizados

Variable	Intención
Actitud	0.300 (0.000)
Normas	0.101 (0.200)
Control	0.209 (0.008)
R^2	0.199

Fuente. Elaboración propia

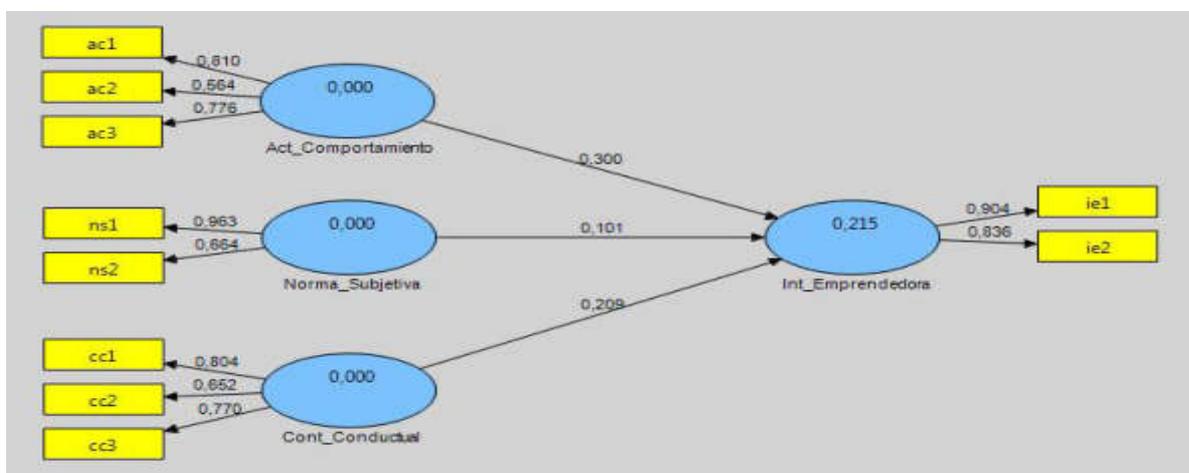


Figura 6. Estimación del modelo de Intención Emprendedora

Fuente. Elaboración propia

Tal como se muestra en la figura 6, la intención emprendedora, se encuentra principalmente explicada por las variables de Actitud hacia el Comportamiento y Control Conductual Percibido.

De las evaluaciones expuestas (Caso 1 y 2), se concluye que los resultados obtenidos con el instrumento de recolección de datos utilizado en primera instancia, a pesar de presentar cargas transversales relacionadas a los constructos menor a 0.7 en la etapa de evaluación del modelo de medición; en la etapa de evaluación del modelo estructural presentó una mayor fiabilidad para evaluar el modelo, toda vez que arrojó un R^2 de 0.245, es decir, mayor al R^2 que se obtuvo en la evaluación de los resultados obtenidos con el segundo instrumento de recolección (0.199), en el cual se eliminó los ítems que originaban cargas transversales menores a 0.7. Por esta razón, el presente trabajo de investigación propone la evaluación bajo el primer modelo planteado.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Resultados de la investigación

5.1.1. Sobre la Hipótesis General: Los principales factores en la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en las especialidades de administración y contabilidad son la Actitud hacia el comportamiento, la Normas Subjetivas, el Control Conductual percibido y la Intencionalidad.

Tal como se mostró en la tabla 7 del capítulo anterior, el coeficiente de ruta estandarizado es 0.295, 0.230 y 0.161, para actitud hacia el comportamiento, control conductual percibido y normas subjetivas, respectivamente; siendo que solo normas subjetivas tienen un valor por debajo del límite permitido de 0.20 (Chin, 2000); del mismo modo, la significancia medida a través de p-valor de factor: actitud hacia el comportamiento, control conductual percibido y normas subjetivas, es menor a 0.05, lo cual indica que el coeficiente es significativo, existiendo una significancia estadística que permite comprobar y aceptar la hipótesis general, siendo que los principales factores en la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en las especialidades de administración y contabilidad son actitud hacia el comportamiento, control conductual percibido y normas subjetivas, en el orden establecido.

Cabe indicar que, de los resultados obtenidos de los alumnos de administración y contabilidad, la diferencia de medias fue de 3.4615 (mayor a t_{est} de 1.96, utilizando un nivel de confianza del 95%) y el valor de p (p-valor) fue de 0.0007 (menor a 5%), con lo cual concluimos que la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en la especialidad de administración es mayor a los de la especialidad de contabilidad, los comentarios vertidos, se demuestran en la siguiente tabla:

Tabla 9

Prueba t de las muestras de los alumnos de administración y contabilidad

Grupo	Observado	Significancia	Error Estándar	Desviación Estándar	[95% Intervalo de Confianza]	
Administración	82	15.42683	.1735529	1.571588	15.08151	15.77215
Contabilidad	72	14.25	.3043439	2.582443	13.64316	14.85684
Conjunto	154	14.87662	.1756137	2.179308	14.52968	15.22356
Diferente		1.176829	.3399804		.5051321	1.848526

t = 3.4615
p-valor = 0.0007
Grados de libertad = 152

Fuente. Elaboración propia

5.1.2. Sobre las Hipótesis Derivadas o Específicas

De los resultados expuestos en el capítulo anterior se probaron las hipótesis específicas relacionadas a que la actitud hacia el comportamiento y el control conductual percibido están positivamente relacionadas con la intención de crear empresas, es decir, la intención emprendedora se encuentra explicada en gran medida por estas variables. Por otro lado, la hipótesis relacionada a que las normas subjetivas están positivamente relacionadas con la intención de los alumnos para crear empresas se probó de forma parcial, ya que por el resultado se deduce que esta variable no explica de forma significativa la intención emprendedora. El resumen de los resultados para la prueba de las hipótesis específicas se muestra en el cuadro siguiente:

Tabla 10

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis Específicas	Resultados	
	coeficiente de ruta estandarizado	p-valor
1. La actitud hacia el comportamiento está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa.	0.295	0.000
2. Las normas subjetivas están positivamente relacionadas con la intención de los alumnos para crear empresa.	0.161	0.037
3. El Control Conductual Percibido está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa.	0.230	0.003

Fuente. Elaboración propia

Tal como se observa en la tabla 10, el coeficiente de rutas relacionadas a las variables control conductual percibido y actitud hacia el comportamiento, tienen un valor por encima del límite permitido de 0.20 (Chin, 2000); asimismo, los resultados obtenidos en p-valor para las 3 variables es menor a 0.05, lo que muestra que hay significancia estadística para aceptar las hipótesis. No obstante, la variable normas subjetivas no explica de forma significativa la intención emprendedora.

Del mismo modo, los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación también se relacionan parcialmente con los resultados del trabajo de investigación realizado por Yang (2013) quien mediante una muestra de estudio que estuvo conformado por 1,330 estudiantes chinos evaluó la validez de la teoría del comportamiento planificado encontrando que este podía ser usado para pronosticar la intención empresarial; del mismo modo, los resultados reportados en el trabajo de investigación de Yang (2013) mostraron que la actitud hacia el comportamiento representó el

indicador con mayor influencia en la intención empresarial, seguido por las normas subjetivas y control conductual percibido. A comparación de los resultados de nuestro trabajo de investigación, coincide en que la actitud hacia el comportamiento es la principal variable que influye en la intención emprendedora, sin embargo, el control conductual percibido mostró una influencia por encima de las normas subjetivas.

Asimismo, esta diferencia estaría explicada por la discrepancia que existe entre nuestra cultura y la cultura china, toda vez que una de las características de la cultura china, es el énfasis en el colectivismo y no en el individualismo (Hofstede, 2001), razón por lo cual, las opiniones de los miembros del grupo son muy importantes en la toma de decisiones en los estudiantes de china.

5.1.3. Comentario Final

Los resultados del presente trabajo de investigación no concuerdan con los resultados del trabajo de investigación de Aloulou (2016), toda vez que en dicho trabajo que se realizó con los estudiantes de último año de negocios de la Facultad de Economía y Ciencias Administrativas de la Universidad Islámica Al Imam Muhammad Ibn Saud en Riad, capital de Arabia Saudita, se encontró que la variable norma subjetiva, tenía un mayor coeficiente de regresión con la intención empresarial, a comparación de las variables actitudes y control percibido del comportamiento, esta diferencia se habría originado debido a que los individuos en las culturas colectivistas tienden a ser fuertemente influenciados por las opiniones de los demás, situación que es reconocida por dicho investigador, quien además menciona que por lo general, los estudios realizados en culturas individualistas no lograron encontrar un efecto significativo de la variable norma subjetiva en la intención empresarial.

Del mismo modo, los resultados del presente trabajo de investigación no concuerdan totalmente con los resultados de investigación de Chambi (2017), toda vez que dicho investigador concluyó que en relación a la intención

empresarial, la actitud personal presenta una influencia alta positiva sobre esta, sin embargo, concluye que la norma subjetiva y el control conductual percibido presentan una correlación baja positiva; asimismo, Vásquez (2017), en los resultados de la investigación que realizó encontró que los factores motivacionales: actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva y control conductual percibido de la conducta, así como los factores ambientales: Valoración cercana, Educación Emprendedora y las Instituciones y Normas Legales inciden en la intención de emprendimiento, hecho que coincide parcialmente con los resultados del presente trabajo de investigación.

En relación a los estudios que se mencionaron en el rubro de antecedentes de la investigación, Van et al. (2008) y Obschonka et al. (2015), en el primero se realizó un análisis con variables de segundo orden y en el segundo se realizó una combinación entre la autoidentidad emprendedora y la Teoría del Comportamiento Planificado, por lo cual, no se contrastaron los hallazgos del presente trabajo de investigación con los hallazgos de dichas investigaciones, toda vez que en el presente trabajo de investigación se realizó un análisis de la intención de crear empresas con variables de primer orden y solamente utilizando las variables de la Teoría del Comportamiento Planificado.

Finalmente, debemos mencionar que el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general conocer la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCO, ubicado en el Distrito de San Juan de Miraflores, provincia y departamento de Lima, a través de la aplicación de la Teoría de Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) es un estudio que pretende aportar conocimiento científico sobre la intención de crear empresas, ya que en nuestro país, no contamos con una vasta investigación bajo el enfoque de la teoría en mención.

Asimismo, es importante toda vez que los resultados obtenidos permiten corroborar la validez del modelo propuesto por Ajzen (1991), para explicar la intención emprendedora de los alumnos de la especialidad de administración

y contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede de San Juan de Miraflores, Lima, a través de los factores normas subjetivas, control conductual percibido y actitud hacia el comportamiento. Al conocer la correlación de cada una de los factores mencionados con la intención emprendedora, permite establecer un orden conforme a su importancia para explicar dicha intención, lo que facilita la evaluación de estrategias con el fin de canalizar esfuerzos y recursos hacia la variable que tiene mayor correlación para incentivar y fortalecer la intención emprendedora de los alumnos.

Cabe mencionar que, el emprendimiento es una actividad importante para el desarrollo económico de un país, toda vez que contribuye a la independencia y estabilidad económica de sus habitantes.

CONCLUSIONES

1. Se ha logrado determinar que los principales factores que generan la intención de crear empresas por parte de los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en la Sede de San Juan de Miraflores en las especialidades de Administración y Contabilidad son la Actitud hacia el comportamiento, las Normas Subjetivas, el Control Conductual Percibido y la Intencionalidad.
2. Que, la intención de crear empresas por parte de los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA está claramente demostrada; sin embargo, es importante señalar que esta intención es mayor en los estudiantes de la especialidad de Administración frente a los estudiantes de la especialidad de Contabilidad.
3. La actitud hacia el comportamiento está positivamente relacionada con la intención de crear empresas, por lo que, la intención emprendedora se encuentra explicada en gran medida por esta variable.
4. El control conductual percibido está positivamente relacionado con la intención de crear empresas, por lo que, la intención emprendedora se encuentra explicada en gran medida por estas variables.
5. Los resultados muestran que, si bien existe una relación positiva entre la intención emprendedora y las normas subjetivas, esta relación no es significativa.
6. El principal factor que explica la intención emprendedora en los alumnos de la especialidad de contabilidad y administración del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede de San Juan de Miraflores, Lima, es la actitud hacia el comportamiento.
7. El factor normas subjetivas presentó una menor correlación respecto a la intención emprendedora, este resultado muestra que nuestra cultura es individualista; a diferencia de la cultura oriental que se caracteriza por ser colectivista, hecho que se corrobora con los hallazgos de las investigaciones

realizadas, las cuales muestran que el factor normas subjetivas tiene una correlación significativa con la intención emprendedora.

8. Los hallazgos del presente trabajo de investigación revelaron que los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCO, sede de San Juan de Miraflores, Lima, tienen intención favorable para crear empresas. En ese sentido, se espera que los estudiantes al egresar formen su propia empresa, creando fuentes de trabajo y contribuyendo al desarrollo del país; asimismo, los hallazgos del presente trabajo de investigación brindan información adecuada para adoptar medidas en la educación orientadas a fortalecer los factores relacionados con la intención de crear empresas.

RECOMENDACIONES

1. Mantener las políticas académicas que tiene el Instituto Superior Tecnológico CESCA para promover en sus estudiantes la intencionalidad de crear su propia empresa fortaleciendo estos aspectos en la Especialidad de Administración y haciendo una reingeniería en la especialidad de Contabilidad para alcanzar los niveles logrados por los estudiantes de Administración.
2. Evaluar la adopción e implementación de mecanismos académicos en base a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, con el fin de fortalecer los factores que se encuentran correlacionadas significativamente con la intención emprendedora, a fin de promover una cultura de emprendimiento y desarrollo profesional, generando un impacto positivo a largo plazo en el desarrollo de la economía peruana y la imagen del Instituto Tecnológico Superior “CESCA”, sede de San Juan de Miraflores, Lima, como incubadora de jóvenes talentosos y emprendedores.
3. Evaluar la implementación de programas de liderazgo y asesoramiento empresarial con empresarios del medio en el Instituto Tecnológico Superior CESCA, sede de San Juan de Miraflores, Lima, con el fin de crear una red de contacto para los alumnos de las especialidades de administración de empresas y contabilidad, así como, compartir experiencias y casos de éxito para fortalecer la actitud hacia el comportamiento y control conductual percibido de los alumnos, favoreciendo a futuro la intención emprendedora.
4. Difundir los resultados del presente trabajo de investigación con el fin de generar conocimiento científico para fines académicos, toda vez que el presente tema de investigación no ha sido estudiado a profundidad en el Perú; asimismo, se sugiere que para futuras investigaciones se considere variables de segundo orden, con el fin de ampliar los resultados de investigación en relación a la intención emprendedora.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Aloulou, J. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1142-1164. doi.org/10.1108/JSBED-02-2016-0028
- Chambi, J. (2017). *Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración UNA - PUNO / UANCV - Puno 2016*. (Tesis de grado, Universidad Nacional del Altiplano).
- Chin, W. (2000). Partial Least Square for researchers: an overview and presentation of recent advances using the PLS approach. *ICIS*, 2000, 741–742.
- Chin, W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. En G. A. Marcoulides (Ed.), *Methodology for business and management. Modern methods for business research* (pp. 295-336). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- El emprendimiento en el Perú: de la necesidad a la oportunidad. (2015, 30 de agosto). *Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-2141346>
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/3151312>
- Gefen, D., & Straub, D. (2005). A practical guide to factorial validity using PLS-graph: tutorial and annotated example. *Communications of the Association for Information Systems*, 16(1), 5-20. Recuperado de <http://aisel.aisnet.org/cais/vol16/iss1/5/>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update*. Recuperado de <https://www.amazon.com/SPSS-Windows-Step-Simple-Reference/dp/0205375529>

- Hair, F., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Recuperado de <https://www.abebooks.com/book-search/isbn/9781452217444/>
- Hair, F., Ringle, M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151. doi: 10.2753/MTP1069-6679190202
- Henseler, J. Ringle, C. M. & Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international modeling marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319. doi: [10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed.). Mexico DF: Mc-Graw-Hill Educación.
- Hofstede, G. (2001), *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Recuperado de <https://us.sagepub.com/en-us/sam/cultures-consequences/book9710#preview>
- Hogg, A., & Vaughan, M. (2010). *Psicología Social*. Buenos Aires: Médica Panamericana S.A.
- INEI: El 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas, pero las grandes concentran el 79% de ventas. (2013, 3 de setiembre). *Emprende noticias de emprendimiento*. Recuperado de <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>
- Jácome, J. (2018). *Efecto Mediador de la Controlabilidad Percibida en la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios*. (Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú).
- Krueger, F., & Brazeal, V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(3), 91-104. doi: 10.2139/ssrn.1505244.
- Méndez, M. (2007). *Las actitudes de los estudiantes hacia la universidad como indicador de calidad* (Tesis Doctoral, Universidad Santiago de Compostela). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10347/2316>

- Ministerio de la Producción. (2015). Anuario estadístico industrial, Mipyme y comercio interno 2015 (1ra ed.). Recuperado de <http://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Obschonka, M., Silbereisen, K., Cantner, U., & Goethner, M. (2015). Entrepreneurial self-identity: predictors and effects within the theory of planned behavior framework. *Journal of Business and Psychology*, 30(4), 773-794. doi: dx.doi.org/10.1007/s10869-014-9385-2
- Pérez, E. (2009). *La universidad en la Formación de Emprendedores empresariales y el apoyo de la Creación de Nuevas Empresas*. Lima, Perú.
- Perú ocupa cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica. (2017, 6 de abril). *Sala de Prensa noticias y novedades de ESAN*. Recuperado de <http://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2017/04/peru-ocupa-cuarto-lugar-en-emprendimiento-en-latinoamerica/>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2016). *Global entrepreneurship monitor, Perú 2015 - 2016*. Recuperado de <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2016/global-entrepreneurship-monitorperu-2015-2016/>
- Soria, K., Zuñiga, S., & Ruiz, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325-329. Recuperado de http://www.interciencia.org/v41_05/325.pdf
- Van, M., Brand, M., Van, M., Bodewes, W., Poutsma, E, & Van, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538-559. doi: doi.org/10.1108/13620430810901688
- Vara, A. (2012). *Siete pasos para una tesis exitosa desde la idea hasta la sustentación*. Recuperado de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS->

PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf.

- Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco*. (Tesis Doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos).
- Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral*. (Tesis Doctoral, Universidad San Ignacio de Loyola).
- Welch, S., & Comer, J. (1988). *Quantitative methods for public administration: techniques and applications*. Recuperado de https://www.abebooks.com/servlet/SearchResults?isbn=9780256036695&n=100121501&cm_sp=mbc-_-ISBN-_-new
- Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among chinese undergraduates. *Social Behavior and Personality*, 41(3), 367-376. doi: doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.367

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	PRINCIPALES FACTORES QUE GENERAN LA INTENCIONALIDAD PARA CREAR EMPRESAS EN LOS ALUMNOS DE LA ESPECIALIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CESCA
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Mypes y emprendimiento
AUTORES:	CÁRCAMO OLIVARES, ECBER SOLÍN LEFONCIO CHUQUIYAURE, BETSABÉ LEONOR

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los principales factores que generan la intencionalidad para crear empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA?	Identificar los principales factores que generan la intencionalidad para crear empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA.	Los principales factores en la intención de crear empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en las especialidades de administración y contabilidad son la Actitud hacia el comportamiento, la Normas Subjetivas, el Control Conductual percibido y la Intencionalidad.	<p>Principales factores</p> <p>La intencionalidad (la intención de crear empresas de los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actitud hacia el comportamiento. 2. Norma subjetiva. 3. Control conductual percibido 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Mixto • Alcance: Descriptivo correlacional • Tipo: Aplicada • Diseño: No experimental • Unidad de análisis: Instituto Superior Tecnológico CESCA

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿En qué medida la actitud hacia el comportamiento está relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa?	Establecer la relación que existe entre la actitud hacia el comportamiento con la intención de los alumnos para crear empresa.	La actitud hacia el comportamiento está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa.	Actitud hacia el comportamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de preferencia Grado de intención Índice de esfuerzo 	<ul style="list-style-type: none"> Alumnos de las carreras de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA Coordinadora del área de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA Docentes de las carreras de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA
			Norma subjetiva.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de incentivos Grado de influencia 	
¿De qué manera las normas subjetivas se relacionan con la intención de los alumnos para crear empresa?	Determinar la relación que existe entre las normas subjetivas con la intención de los alumnos para crear empresa.	Las normas subjetivas están positivamente relacionadas con la intención de los alumnos para crear empresa.	Control conductual percibido	<ul style="list-style-type: none"> Grado de exigencia Facilidad para la creación Grado de seguridad 	
¿Cuál es la relación del control conductual percibido con la intención de los alumnos para crear empresa?	Reconocer la relación del control conductual percibido con la intención de los alumnos para crear empresa	El Control Conductual Percibido está positivamente relacionada con la intención de los alumnos para crear empresa	La intencionalidad	<ul style="list-style-type: none"> Grado de probabilidad Nivel de dificultad Grado de conocimiento 	

ANEXO 2 Instrumento para la Encuesta

Estructura del Instrumento de recolección de datos

Variables	Preguntas
Intención empresarial	<p>Ítem 1: Tengo la intención de crear una empresa.</p> <p>Ítem 2: Existe la probabilidad de que en el futuro previsible, funde una empresa</p> <p>Ítem 3: En el último año busqué información sobre las formas y medios de crear una empresa</p>
Actitud hacia el Comportamiento	<p>Ítem 4: Prefiero tener mi empresa que ganar un salario más alto empleado por otra persona</p> <p>Ítem 5: Prefiero tener mi empresa que seguir otra carrera prometedora</p> <p>Ítem 6: Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales significativos para crear mi empresa</p> <p>Ítem 7: Trabajaría en otro lugar sólo el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer mi negocio</p>
Normas Subjetivas	<p>Ítem 8: La mayoría de mis colegas cuyas opiniones me importan piensan que debo participar en crear una empresa</p> <p>Ítem 9: Mis superiores piensan que debo participar en la creación de una empresa</p>
Control Conductual Percibido	<p>Ítem 10: Creo que puedo satisfacer las exigencias que implica participar en la creación de una empresa</p> <p>Ítem 11: Estoy convencido de que en general, sería fácil participar en la creación de una empresa.</p> <p>Ítem 12: Si quisiera participar en la creación de una empresa, estoy seguro de que tendría éxito</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3 Cuestionario



Encuesta

El presente cuestionario tiene como finalidad realizar un trabajo de investigación para *“Conocer la intención de creación de empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en la especialidad de administración en relación a los de la especialidad de contabilidad”*, se le agradece su colaboración.

Instrucciones:

A continuación se presenta una lista de enunciados, marque la respuesta para cada enunciado, con el fin de indicar la medida en que está o no de acuerdo con cada uno de ellos. Trate de ser objetivo con sus respuestas.

1. **Tengo la intención de crear una empresa.**
 - a. Sí
 - b. No.

2. **Existe la probabilidad de que en el futuro previsible, funde una empresa.**
 - a. 0%
 - b. 100%

3. **En el último año busqué información sobre las formas y medios de crear una empresa**
 - a. Sí
 - b. No.

4. **Prefiero tener mi empresa que ganar un salario más alto empleado por otra persona.**
 - a. Totalmente de acuerdo.
 - b. Medianamente de acuerdo.
 - c. De acuerdo.
 - d. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
 - e. Medianamente en desacuerdo.
 - f. En desacuerdo.
 - g. Totalmente en desacuerdo.

5. **Prefiero tener mi empresa que seguir otra carrera prometedora.**
 - a. Totalmente de acuerdo.
 - b. Medianamente de acuerdo.
 - c. De acuerdo.
 - d. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
 - e. Medianamente en desacuerdo.
 - f. En desacuerdo.
 - g. Totalmente en desacuerdo.

6. **Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales significativos para crear mi empresa.**
 - a. Totalmente de acuerdo.



- b. Medianamente de acuerdo.
 - c. De acuerdo.
 - d. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
 - e. Medianamente en desacuerdo.
 - f. En desacuerdo.
 - g. Totalmente en desacuerdo.
- 7. Trabajaría en otro lugar sólo el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer mi negocio.**
- a. Totalmente de acuerdo.
 - b. Medianamente de acuerdo.
 - c. De acuerdo.
 - d. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
 - e. Medianamente en desacuerdo.
 - f. En desacuerdo.
 - g. Totalmente en desacuerdo.
- 8. La mayoría de mis colegas cuyas opiniones me importan piensan que debo participar en crear una empresa.**
- a. Totalmente correcto.
 - b. Correcto.
 - c. Ni correcto, ni incorrecto.
 - d. Incorrecto.
 - e. Totalmente Incorrecto.
- 9. Mis superiores piensan que debo participar en la creación de una empresa.**
- a. Totalmente correcto.
 - b. Correcto.
 - c. Ni correcto, ni incorrecto.
 - d. Incorrecto.
 - e. Totalmente Incorrecto.
- 10. Creo que puedo satisfacer las exigencias que implica participar en la creación de una empresa.**
- a. Totalmente correcto.
 - b. Correcto.
 - c. Ni correcto, ni incorrecto.
 - d. Incorrecto.
 - e. Totalmente Incorrecto.
- 11. Estoy convencido de que en general, sería fácil participar en la creación de una empresa.**
- a. Totalmente correcto.
 - b. Correcto.
 - c. Ni correcto, ni incorrecto.
 - d. Incorrecto.
 - e. Totalmente Incorrecto.



12. Si quisiera participar en la creación de una empresa, estoy seguro de que tendría éxito.

- a. Totalmente correcto.
- b. Correcto.
- c. Ni correcto, ni incorrecto.
- d. Incorrecto.
- e. Totalmente Incorrecto.

Datos del encuestado:

Sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

Especialidad:

- a) Administración de empresas.
- b) Contabilidad

Edad: _____ años

Ingreso promedio mensual: _____ nuevos soles

ANEXO 4 Formato de Consentimiento Informado

Estudio: Intención de creación de empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede del distrito de San Juan de Miraflores – Lima.

Protocolo de consentimiento informado

El propósito de esta investigación es conocer la opinión de los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede de San Juan de Miraflores – Lima, sobre *“La intención de creación de empresas”*

Si usted accede a participar, le pediremos algunos datos personales y solicitaremos su apoyo respondiendo doce (12) preguntas, lo cual le tomará quince (15) minutos aproximadamente. Sus respuestas serán transcritas y registradas en una matriz de datos para su posterior análisis. Su participación es voluntaria, por ello la información recogida será confidencial y solo se usará para el propósito antes señalado. Muchas gracias por su participación.

Por la presente, **doy mi consentimiento** para participar en el estudio *“Intención de creación de empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede del distrito de San Juan de Miraflores – Lima”* Soy consciente que mi **participación** es enteramente voluntaria. Al firmar este protocolo estoy de acuerdo con que mis datos sean usados únicamente para el propósito de este estudio. Además, entiendo que puedo pedir información sobre el estudio una vez que éste haya concluido. Para esto, puedo escribir a las siguientes direcciones de correo: _____

_____ de mayo de 2017

Firma

Estudio: Intención de creación de empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede del distrito de San Juan de Miraflores – Lima.

Protocolo de consentimiento informado

El propósito de esta investigación es conocer la opinión de los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede de San Juan de Miraflores – Lima, sobre *“La intención de creación de empresas”*

Si usted accede a participar, le pediremos algunos datos personales y solicitaremos su apoyo respondiendo doce (12) preguntas, lo cual le tomará quince (15) minutos aproximadamente. Sus respuestas serán transcritas y registradas en una matriz de datos para su posterior análisis. Su participación es voluntaria, por ello la información recogida será confidencial y solo se usará para el propósito antes señalado. Muchas gracias por su participación.

Por la presente, **doy mi consentimiento** para participar en el estudio *“Intención de creación de empresas en los alumnos de la especialidad de Administración y Contabilidad del Instituto Superior Tecnológico CESCA, sede del distrito de San Juan de Miraflores – Lima”* Soy consciente que mi **participación** es enteramente voluntaria. Al firmar este protocolo estoy de acuerdo con que mis datos sean usados únicamente para el propósito de este estudio. Además, entiendo que puedo pedir información sobre el estudio una vez que éste haya concluido. Para esto, puedo escribir a las siguientes direcciones de correo: _____

_____ de mayo de 2017

Firma

21 Apéndice 1: Formato de Validación de Jueces

Estimado Doctor, Miguel Eduardo Espinal Lau

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como Juez Experto para revisar el contenido del cuestionario que utilizaremos para *"Conocer la intención de creación de empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en la especialidad de administración en relación a los de la especialidad de contabilidad"*.

A continuación le presentamos unas listas de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada variable que será analizada. Le solicitamos marcar con una X el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.


MIGUEL EDUARDO ESPINAL LAU
 INGENIERO DE SISTEMAS
 Registro del Colegio de Ingenieros N° 51195

Información sobre el especialista	
Sexo	Masculino [<input type="checkbox"/>] Femenino [<input type="checkbox"/>]
Edad	_____ años
Profesión o especialidad	_____
Años de experiencia laboral	_____.

Formato de validación

Ítems referidos a la variable Intención empresarial	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Ítem 1 Tengo la intención de crear una empresa.	✓					
Ítem 2 Existe la probabilidad de que en el futuro previsible, funde una empresa.	✓					
Ítem 3 En el último año busqué información sobre las formas y medios de crear una empresa.	✓					

Ítems referidos a la variable Actitud hacia el Comportamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Ítem 4 Prefiero tener mi empresa que ganar un salario más alto empleado por otra persona.	✓					
Ítem 5 Prefiero tener mi empresa que seguir otra carrera prometedora.	✓					
Ítem 6 Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales significativos para crear mi empresa.	✓					
Ítem 7 Trabajaría en otro lugar sólo el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer mi negocio.	✓					

MIRA...
 EL CAMBIO ESPERANZADO
 INCORPORANDO DE SISTEMAS
 PARA...
 LA IMPULSION DE SU PAIS

Items referidos a la variable Normas Subjetivas	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Item 8 La mayoría de mis colegas cuyas opiniones me importan piensan que debo participar en crear una empresa	✓					
Item 9 Mis superiores piensan que debo participar en la creación de una empresa	✓					

Items referidos a la variable Control Conductual Percibido	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Item 10 Creo que puedo satisfacer las exigencias que implica participar en la creación de una empresa	✓					
Item 11 Estoy convencido de que en general, sería fácil participar en la creación de una empresa.	✓					
Item 12 Si quisiera participar en la creación de una empresa, estoy seguro de que tendría éxito	✓					

INGENIERIA DE SISTEMAS
 INGENIERIA DE SISTEMAS
 Región del Centro de Lima y B. SIBS

HOJA DE CALIFICACIÓN

Información sobre el especialista	
Sexo	Masculino [X] Femenino []
Edad	59 años
Profesión o especialidad	Licenciado en Ciencias Administrativas
Años de experiencia laboral	30 años

Formato de validación

Ítems referidos a la variable Intención empresarial	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Ítem 1 Tengo la intención de crear una empresa.	x			x		x
Ítem 2 Existe la probabilidad de que en el futuro previsible, funde una empresa	x			x		x
Ítem 3 En el último año busqué información sobre las formas y medios de crear una empresa	x			x		x

Ítems referidos a la variable Actitud hacia el Comportamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Ítem 4 Prefiero tener mi empresa que ganar un salario más alto empleado por otra persona	x			x		x
Ítem 5 Prefiero tener mi empresa que seguir otra carrera prometedora	x			x		x
Ítem 6 Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales	x			x		x



significativos para crear mi empresa						
Ítem 7 Trabajaría en otro lugar sólo el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer mi negocio	X			X		X
Ítem 8 La mayoría de mis colegas cuyas opiniones me importan piensan que debo participar en crear una empresa	X			X		X
Ítem 9 Mis superiores piensan que debo participar en la creación de una empresa	X			X		X

Ítems referidos a la variable Control Conductual Percibido	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Si	No	Si	No	Si	No
Ítem 10 Creo que puedo satisfacer las exigencias que implica participar en la creación de una empresa	X			X		X
Ítem 11 Estoy convencido de que en general, sería fácil participar en la creación de una empresa.	X			X		X
Ítem 12 Si quisiera participar en la creación de una empresa, estoy seguro de que tendría éxito	X			X		X

Piura, 23 de Mayo del 2017


Rolfo Zeta Vite
Calificador

Apéndice 1: Formato de Validación de Jueces

Estimado Doctor, Fernando Suarez Carrasco

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como Juez Experto para revisar el contenido del cuestionario que utilizaremos para *“Conocer la intención de creación de empresas en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico CESCA en la especialidad de administración en relación a los de la especialidad de contabilidad”*.

A continuación le presentamos unas listas de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada variable que será analizada. Le solicitamos marcar con una X el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

Información sobre el especialista	
Sexo	Masculino [X] Femenino []
Edad	<u>59</u> años
Profesión o especialidad	<u>Licenciado</u> en <u>Administración</u>
Años de experiencia laboral	<u>31</u>

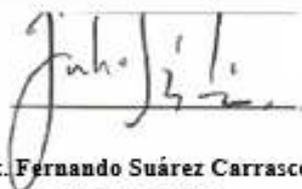
Formato de validación

Ítems referidos a la variable Intención empresarial	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Ítem 1 Tengo la intención de crear una empresa.	X			X		X
Ítem 2 Existe la probabilidad de que en el futuro previsible, funde una empresa	X			X		X
Ítem 3 En el último año busqué información sobre las formas y medios de crear una empresa	X			X		X

Ítems referidos a la variable Actitud hacia el Comportamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Ítem 4 Prefiero tener mi empresa que ganar un salario más alto empleado por otra persona	X			X		X
Ítem 5 Prefiero tener mi empresa que seguir otra carrera prometedora	X			X		X
Ítem 6 Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales significativos para crear mi empresa	X			X		X
Ítem 7 Trabajaría en otro lugar sólo el tiempo suficiente para hacer otro intento de establecer mi negocio	X			X		X

Items referidos a la variable Normas Subjetivas	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Item 8 La mayoría de mis colegas cuyas opiniones me importan piensan que debo participar en crear una empresa	X			X		X
Item 9 Mis superiores piensan que debo participar en la creación de una empresa	X			X		X

Items referidos a la variable Control Conductual Percibido	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, o de respuesta obvia?	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Item 10 Creo que puedo satisfacer las exigencias que implica participar en la creación de una empresa	X			X		X
Item 11 Estoy convencido de que en general, sería fácil participar en la creación de una empresa.	X			X		X
Item 12 Si quisiera participar en la creación de una empresa, estoy seguro de que tendré éxito	X			X		X



Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 DNI: 02616283